

PROF. DR. H. CECEP SUMARNA

BISNIS PROPERTI

*Nalar Bisnis
dalam Tafsir Kesemestaan*



BISNIS PROPERTI

*Nalar Bisnis
dalam Tafsir Kesemestaan*

Copyright © Cecep Sumarna, 2019

Penulis: Prof. Dr. Cecep Sumarna

Editor: Nur Asri

Desainer sampul: Guyun Slamet

Layout: Roni Sukma Wijaya

Sumber Gambar Cover:

<https://www.pexels.com/photos/blue-fabric-3-seat-sofa-1282315/>

RR.UM-179-01-2019

ISBN 978-602-446-328-1

Cetakan pertama, Maret 2019

Diterbitkan oleh:

PT REMAJA ROSDAKARYA

Jln. Ibu Inggit Garnasih No. 40

Bandung 40252

Tlp. (022) 5200287

Fax. (022) 5202529

e-mail: rosdakarya@rosda.co.id

www.rosda.co.id

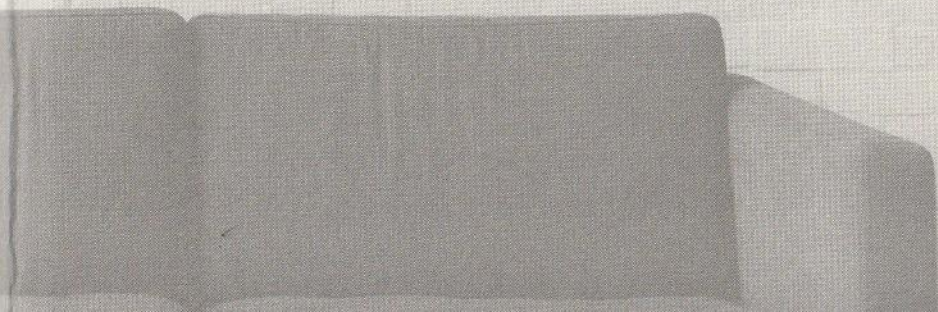
Anggota IKAPI

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa
izin tertulis dari Penerbit.

Dicetak oleh:

PT Remaja Rosdakarya Offset -
Bandung

*Happiness isn't a Dream
and Everything is Possible*



Daftar Isi

Pengantar — v

Daftar Isi — xi

I SEJARAH PERJALANAN BISNIS KAMI — 1

1. Bisnis dalam Narasi Sejarah Kami — 2
2. Dinamika Bisnis Perumahan — 31
3. Pebisnis Bukan Pedagang — 52
4. Prospek Bisnis Properti — 68

II MERAWAT BISNIS PROPERTI — 79

1. Hadirkan Imajinasi dan Kreativitas — 80
2. Lahirkan Usaha Tambahan Agar Bisnis Properti Tetap Berjalan — 88

III TEORI PADAT MODAL BISNIS PROPERTI — 111

- 1 Benarkah Bisnis Properti Padat Modal — 112
- 2 Cara Menghitung Pembebasan dan Pematangan Lahan — 136
- 3 Cara Menjadikan Bank Sebagai Mitra Usaha — 142
- 4 Cara dan Teknik Menentukan Lokasi Perumahan — 154
- 5 Cara Menerbitkan Izin Perumahan — 175

IV METODE DAN TEKNIK MEMASARKAN RUMAH — 187

- 1 Metode dan Teknik Memasarkan Rumah — 188
- 2 Problem dan Solusi dalam Soal Memasarkan Rumah — 213

Daftar Pustaka — 227

Glosarium — 231

Indeks — 237

Biodata Penulis — 241

I

SEJARAH PERJALANAN BISNIS KAMI

Hasil Tak Pernah Mengkhianati Proses

*Jika aku tak boleh bingung karena urusan rezeki
dan masa depan, maka, akan kubiarkan bisnis
ini mencari nalar dan logikanya sendiri bersama
bimbingan Tuhan.*

Bisnis dalam Narasi Sejarah Kami

*Hasil Tak Pernah
Mengkhianati Proses*

Perjalanan karier penulis sebagai pebisnis, terlalu dalam durasi yang panjang. Ukuran waktu dimaksud, tentu berlaku jika diukur dari kebiasaan penulis sejak kecil, yang sedikit demi sedikit, pernah merasa, paling tidak menjadi tukang jualan. Suatu kegiatan sederhana yang untuk disebut tukang dagang pun, masih terlalu jauh. Tetapi, belajar menjual sesuatu yang kecil dan bahkan sangat sederhana, pernah dijalani sejak usia penulis masih sangat muda.

Pengalaman jualan dimaksud, dimentori dan, dilatih sejak kecil oleh Bapak kami. Seorang ayah yang memiliki hasrat tinggi dengan sejumlah motivasi yang tiada tandingnya. Ia berharap, anaknya tumbuh menjadi pengusaha. Penulis kira, tidak ada bandingannya kehebatan bapak kami ini, dalam memompa semangat hidup dan berjuang meski dengan keluh kesah dan keringat yang cukup deras. Di usia tuanya, dia harus tetap bertahan hidup, meski peluh keringat dan desakan batin yang kadang sembilu menyertai setiap detak napasnya.

Ungkapan itu, lahir sebagai salah satu jawaban atas pertanyaan banyak orang, dari mana asal usul atau filosofi watak bisnis yang melingkari otak penulis? Jawaban paling terasa adalah bapak penulis sendiri. Seorang ayah dengan sifat tipikal yang lembut namun tegas. Ia selalu mengaransemen pentingnya memiliki jiwa wirausaha untuk setiap anak-anaknya.

Kisah perjalanan hidup yang dialami bersama Bapak di kampung pedalaman Cikuya, Kecamatan Cikatomas, Kabupaten Tasikmalaya, demikian dramatis, meski penulis sering ingin menyebutnya heroik. Relasi kami dengan Bapak, ketika membaca karya Robert Kiyosaki dan Sharon Lechter berjudul: *“Rich Dad Poor Dad (Ayah Kaya dan Ayah Miskin)”*, relatif mirip dengan peristiwa yang kami alami. Buku terbitan tahun 1997 itu, bagi penulis bukan saja berhasil memotivasi atau menginspirasi, tetapi, kadang membuat tertawa sendiri, yang mengisahkan dalam banyak hal yang mirip dengan apa yang penulis alami bersama bapak kami.

Membaca setiap baris dalam buku dimaksud, dalam banyak kasus seperti sedang membaca perjalanan hidup penulis sendiri yang disusun cukup apik oleh orang lain. Salah satu yang relatif menyerupai keadaan itu, adalah ocehan Bapak yang selalu bertanya mengapa banyak orang mengalami masalah finansial? Menurut Rich Dad Poor Dad, disebutkan bahwa masalah finansial yang muncul pada banyak orang, terjadi karena mereka menerima

ajaran keliru dari orang tua mereka tentang keuangan. Ayah yang mengajarkan wawasan mengenai bidang finansial di dalam buku ini disebut Ayah Kaya (Rich Dad), padahal tidak memiliki pendidikan tinggi, namun memiliki spirit yang sangat besar dalam mengenalkan dunia bisnis kepada anak-anaknya atau kepada siapa saja yang dia kenal.

Kebalikan dari Ayah Kaya, adalah Ayah Miskin. Itulah ayah kandung Robert dengan label pendidikan tinggi. Dia selalu menekankan anak-anaknya untuk giat bersekolah supaya bisa mendapatkan nilai bagus dan akhirnya dapat memperoleh pekerjaan yang dapat menjamin kehidupan di masa tua mereka. Ayah seperti itu, disebut Ayah Miskin (*Poor Dad*) karena selalu menyarankan anaknya agar menjadi pegawai yang berpenghasilan tinggi. Hidupnya dituntun, agar tetap bergantung kepada gaji dari majikannya.

Berbeda dengan “Ayah Miskin” tadi, seorang Ayah Kaya itu tidak berpendidikan tinggi dan tidak memiliki kekayaan yang banyak. Hanya saja, dia justru mengajarkan kepada anak-anaknya, untuk mengambil risiko dengan membangun usaha dan menjadi investor setelah mereka lulus sekolah. Penulis kira, inilah yang mirip dengan karakter Bapak dari penulis.

Penulis masih ingat betul, bagaimana dulu di masa anak-anak, bapak terus meminta kami harus menjajakan bolu kukus, atau jualan jipilus di sekolah di mana bapaknya menjadi kepala sekolah. Sewaktu-waktu, kadang jualan gorengan pisang dan pepes ikan peda, ke pada para pegawai di sebuah perusahaan tambang emas di sekitar rumah kami. Sulit dibayangkan dan sejujurnya, penulis di masa lalu sering berontak, bagaimana mungkin seorang anak kepala sekolah, harus menjual barang-barang sebagaimana digambarkan tadi. Sebuah barang yang penulis kira tidak ada harganya sekalipun di kampung.

Ketika pemberontakan itu sampai di telinga Bapak kami, beliau selalu bilang: “Anda harus tahu, orang kaya di Indonesia,

yang sekarang memiliki Bank BCA, namanya Shio Lim, pernah jualan garam". Dari penjualan garam itulah, dia menapaki hidup dengan penuh hati-hati, lalu sekarang menjadi sukses.

Kesuksesan hidup tidak pernah diawali dari sesuatu yang besar. Dalam banyak kasus, kesuksesan selalu lahir dari sesuatu yang kecil dan sederhana. Kamu harus merasa susah mencari uang, agar dapat mengerti betapa susahnyanya mencari uang dan menghargai sekecil apapun bekal yang diberikan orang tua kepada Anda. Selain itu, dengan sadarnya kita betapa sulit mencari uang, secara otomatis kita akan menghormati kekayaan sebagai anugerah Tuhan, betapapun kecilnya kekayaan dimaksud kita peroleh.

Setelah dewasa, apalagi setelah bapak kami meninggal, pengalaman itu terasa sebagai referensi hidup. Penulis merasa menjadi terlatih bergulat dengan berbagai hal, dalam apa yang disebut bisnis. Dalam kasus-kasus tertentu, itu juga yang selalu merasa bahwa Bapak masih hidup mengiringi sejumlah perjalanan di bumi. Seolah-olah dia tetap seperti menyimak dan memperhatikan kami dengan saksama. Dia seperti selalu memberi inspirasi meski hanya melalui mimpi.

Karena itu, ketika sudah dewasa, penulis masih sanggup berhadapan dengan baunya kulit kambing. Pengalaman membuktikan bahwa ketika kami terjun ke usaha beli jual kulit kambing dari warga atau dari tukang sate, sedikitpun kami tidak merasa kehilangan harga diri. Kulit yang kami himpun malah, dijual ke pabrik-pabrik sepatu. Di waktu tertentu, penulis sempat menjadi agen kulit kambing dengan jumlah yang sangat banyak, khususnya ketika waktu Ied al-Adha tiba. Hampir lima tahun lamanya, penulis masuk pada usaha jual beli kulit mentah, dan baru berakhir ketika pabrikan sepatu memiliki cara khusus dalam mengelola kulit dan mendapat nasihat dari guru kami, Dr. Yusuf Saefullah, untuk menghentikan bisnis ini.

Pengalaman semacam itu, terus termatangkan ketika belajar bisnis kayu. Bisnis ini, terus berjalan hingga sekarang. Suatu bisnis yang menjadi primadona para pengusaha asal Tasikmalaya yang memproduksi berbagai keperluan domestik dengan bahan baku kayu. Bisnis kayu, bukan saja mengajarkan tentang pentingnya kepekaan, tetapi, asumsi yang kadang keliru. Penulis ingat dengan saksama ketika bisnis kayu mulai dijalani dan bagaimana bapak kami berkata: “Ingat Anakku, bisnis kayu itu *laer aisan, tapi, besar kandungan*.” (Keuntungan dianggap besar dalam hitungan, tetapi, sesungguhnya kecil keuntungannya).

Pernah juga bisnis mebeuler yang berakhir dalam usia perusahaan yang cukup pendek. Rupanya, bisnis inilah yang disebut bapak kami ketika mengawali bisnis kayu. Hitungan keuntungan cukup fantastik, tetapi, dalam realitas riil, bahkan sangat mungkin sering merugi.

Merintis bisnis konveksi yang berjalan mulai tahun 1996 sampai saat ini. Kegiatan bisnis ini terus berlanjut dengan hasil naik turun atau bahkan kadang bangkrut. Suatu bisnis yang mengumpulkan uang sangat “receh” yang baru mendapatkan keuntungan besar, ketika volume produksi juga besar.

Pernah juga bisnis ambisius dalam bentuk penanaman modal pada penjualan ayam broiler. Inilah bisnis yang paling banyak menyita waktu penulis dan berakhir dengan tragis. Entah berapa miliar kerugian yang diderita dari bisnis ini. Kegiatan bisnis dalam bidang ini, berakhir dan meninggalkan kesan cukup mendalam.

Karena itu, kata bangkrut bagi penulis sudah tidak lagi memusingkan. Apa yang dikatakan Bob Sadino (Maryato, 2015), menjadi benar adanya. Ia mengatakan: “Ketika mengawali bisnis ingatlah bahwa bisnis Anda ini akan bangkrut. Jadi, kalau benar-benar bangkrut, kita sudah siap secara mental dan kalau berhasil rasa bersyukur akan sangat tinggi. Banyak

bisnis yang kami geluti dan menghampiri perjalanan kami, yang kerugiannya datang setiap saat. Memang pedih, tetapi, itulah obat yang sesungguhnya.

Dari situ, penulis merasa yakin bahwa kegiatan bisnis harus menjadi kebiasaan dan tidak bisa dipaksakan. Pelajarannya berjalan secara hati-hati dan perlahan. Dilakukan sejak kecil, sehingga ketika kita remaja dan dewasa, sudah mampu membaca realitas dan bagaimana beradaptasi dengan realitas yang tersedia. Secara substantif, bisnis akan mengajarkan bagaimana mampu hidup di alam realitas yang demikian kompleks. Bisnis tidak mengajarkan idealitas dalam perspektif kita, tetapi, justru belajar hidup di alam realitas yang kompleks. Bisnis mengajarkan bagaimana manusia beradaptasi dengan realitas yang sesungguhnya, meski hal itu terasa sangat jauh dari cita-cita kita sebagai manusia.

Sewaktu penulis menjalani ragam kegiatan sebagaimana dijelaskan tadi, kadang banyak orang heran dan cenderung kaget. Banyak di antara mereka bertanya: bagaimana mungkin, penulis yang sudah menjadi magister, doktor dan profesor, harus terlibat dalam suatu kegiatan usaha, yang dalam tanda baca tertentu, kesannya kampung. Padahal bagi penulis sendiri, perjalanan dimaksud terasa biasa dan kalau penulis tidak melakukan hal-hal demikian, hidup malah terasa hampa. Hidup menjadi berarti, justru ketika mampu berbuat sesuatu yang lebih dari apa yang biasa dilakukan orang lain, sekalipun kegiatan dimaksud, terkesan sangat sederhana atau bahkan kampung.

Sekolah Terbaik adalah Keluarga

Perjalanan penulis yang demikian, untuk cerita hari ini, kadang dibikin tertawa sendiri menyaksikan bagaimana anak-anak mengambil dan membuat kisah hidupnya sendiri. Dua

anak kami yang sudah mulai dewasa khususnya, menapaki jalan hidup yang penulis kira agak muskil bagi banyak orang.

Bagaimana mungkin misalnya, anak seorang profesor, pernah juga menjadi pejabat setingkat eselon 2, anak seorang komisaris utama di dua perseroan dan pemilik beberapa lembaga pendidikan dari TK sampai Perguruan Tinggi, pembina beberapa perguruan tinggi swasta, dengan ibu seorang direktur utama dan ketua yayasan lembaga pendidikan bergengsi, harus menjual sesuatu yang sangat sederhana?

Anak pertama (Fazryan Ramadlan Sumarna), merintis bisnis minuman hangat padahal dia masih kuliah meski sudah di akhir studi. Dia menyisihkan uang jajan untuk membuat meja makan dan meja minum serta kursi tempat tamu jajan di warungnya. Ia juga mendesain tempat dimaksud, dalam perspektif dirinya yang masih sangat muda. Istilah keren hari ini adalah kaum milenial. Ia menjajakan kopi dan minuman hangat lain disertai dengan berbagai makanan kecil dan bersifat cemilan.

Anak kedua (Aldyan Fauzan Ramadlan Sumarna) bersama rekan-rekan seangkatannya, melakukan langkah yang relatif sama dengan kakaknya. Padahal masih duduk di bangku sekolah kelas 3 SMAN I di Kota Cirebon. Anak kedua, jualan pada malam sabtu dan minggu. Maklum malam-malam lainnya, dimintakan untuk tetap mengikuti kursus bahasa Inggris, Matematika, dan sains.

Penulis, sedikitpun tidak pernah menyuruh mereka untuk melakukan “langkah-langkah aneh” seperti itu. Berbeda dengan apa yang dilakukan penulis ketika masih kecil, yang jualan justru karena disuruh Bapak dan Ibu. Anak penulis, tidak ada satupun yang disuruh untuk melakukan hal-hal dimaksud bahkan menentanginya agar kuliah dengan cepat dan meneruskan studi ke jenjang yang lebih tinggi, dengan harapan mereka dapat segera membantu mengelola usaha yang sedang kami jalani.

Faktanya, mereka tetap jualan, meski hanya separuh waktu. Menjual sesuatu yang tampak sederhana dan mungkin sangat kecil. Padahal keduanya, memiliki saham 20 persen di sebuah perusahaan, yang penulis kira hari ini sudah raksasa. Penulis membiarkan mereka melakukan hal-hal dimaksud, agar menjadi *habit* dan mengerti betapa sulitnya mencari uang dan betapa pentingnya mereka menghargai perjuangan dan bersyukur atas seluruh nikmat Tuhan.

Mereka memiliki visi dan semangatnya sendiri dalam konteks memandang dunia. Paling saya hanya menitipkan satu hal penting, yakni tidak lupa shalat, membaca al Qur'an, dan tentu menjadikan pendidikan sebagai langkah nomor satu dalam aktivitas mereka.

Namun demikian, dalam kasus tertentu, apa yang dilakukan anak kami kadang mengingatkan perjalanan masa lalu penulis sendiri, dan "memaksa" untuk memuji Tuhan dan berdo'a pada Tuhan untuk bapak kami yang telah meninggal. Bersamanya, penulis merasa memiliki suatu penggalan kisah penuh misteri dan menjalani hidup apa adanya dengan asumsi masa depan yang cerah. Masih cukup lekat di *memory* kami, bagaimana bapak menitipkan pesan dalam kalimat:

Aku tak cukup harta untuk diwariskan kepada anak-anakku. Aku hanya akan mewariskan ilmu berupa pengalaman hidup yang demikian kompleks, sebagai cara dan model kamu menjalani hidup di bumi. Itulah modal terbesar yang seharusnya membuat kamu sukses.

Inilah yang memaksa penulis, tidak berani menghentikan aktivitas dagang mereka. Bagi penulis sendiri, aktivitas bisnis harus dipahami seperti napas kehidupan. Napas itu akan ber-

gerak justru dalam labirin-labirin hidup keluarga. Karena itu, tempat sekolah terbaik, sesungguhnya berada dalam institusi keluarga, termasuk ketika keluarga harus ditempatkan sebagai sekolah bisnis bagi anak-anak yang tinggal bersama kami.

Catatan lain yang paling berharga adalah, ungkapan bapak kami ketika beliau menuturkan: “Sisakan sebagian perjalanan dan cita-cita hidup kita untuk tidak semua digapai. Biarkan, sebagiannya untuk digapai anak-anak kita, melalui mimpi dan imajinasi mereka sendiri.” Proses pembiaran langkah anak kami atas jalan bisnis dimaksud, dilakukan agar mereka masih memiliki mimpi atas apa yang hendak mereka raih.

Bisnis Mengajarkan Proses Bukan Hasil

Jika saat ini, kami memiliki markas di sebuah perusahaan dalam bidang properti, Nusa Indah Pratama, hal itu sebenarnya tidak lebih dari sebuah perjalanan panjang atas sisa-sisa napas yang kadang cukup menyesak. Penulis berharap, perusahaan ini terus berkembang dan tidak berdiri sebagai pangkalan terakhir dalam dunia bisnis. Biarlah lembaga bisnis ini terus berkembang dan nanti anak-anak kami yang menjadi penerusnya. Biarlah pembelajaran jualan kopi dan makanan ringan atau hanya sekadar jualan *seafood* mendinamiskan mereka dalam jangka panjang. Paling tidak, secara mental mereka sudah memiliki landasan, meskipun sangat kecil dan terbatas.

Mengapa soal ini penting dibahas, Sebab pebisnis selalu mengajarkan watak *The Climber* (pendaki). Selalu ingin mencoba mendaki gunung tinggi dan terjal untuk dia lalui. Setelah sampai di gunung yang tinggi dan terjalpun, mereka tidak berkemah cukup lama di puncak yang didakinya dengan susah payah itu. Mereka justru mencari gunung lain, sampai kemungkinan hendak mendaki gunung tertinggi yang tidak pernah didaki orang lain.

Orang bersifat pendaki ini tidak akan menyerah walau ada rintangan menghadangnya. Ketika sudah sampai di gunung yang tinggi sekalipun, mereka tetap mencari gunung lain untuk pendakian selanjutnya. Para pendaki tidak pernah merasa untuk harus tinggal terlalu lama di puncak gunung untuk mendiaminya. Mereka akan terus mencari gunung lain untuk didaki, sekalipun akhirnya, ia hanya bertemu bukit karena gunung-gunung tinggi tadi sudah ia daki. Ia pasti akan memulai untuk mendaki, walau bukit sekalipun.

Para pebisnis mengajarkan kepada siapapun bahwa penginapan mereka, jika mengikuti nalar pendaki tadi adalah kaki. Pelindung mereka adalah alam dan seluruh aspek yang tersedia di alam. Ia tidak ingin berada dalam satu tepian. Tepian tertentu yang berhasil dikunjungi, malah akan mendorong dirinya untuk melintasi wilayah atau tepian lain. Sisi inilah yang diajarkan secara langsung bukan saja kepada anak kami, tetapi kepada mereka yang dekat dengan kami.

Pernah suatu hari, ketika narasi semacam ini penulis sampaikan dalam sebuah forum ilmiah, tiba-tiba ada mahasiswa yang bertanya: Kalau begitu kapan mereka berhenti mendaki? Pertanyaan lainnya, kapan para pebisnis menikmati hidup? Jawaban atas kedua pertanyaan dimaksud adalah, akan berhenti ketika napas telah habis. Ketika ruh dan jasadnya berpisah. Di situlah aktivitas bisnis akan berhenti.

Atas pertanyaan kedua tentang kapan mereka menikmati hidup. Jawabannya, pebisnis tidak menikmati hasil, ia merasa menikmati, justru pada proses yang sedang dia geluti. Saya menikmatinya, ketika ikut mendaki ke gunung-gunung guna mencari bahan kayu yang bagus, sekalipun curam, terjal, banyak nyamuk, dan penuh bebatuan. Penulis juga berlega hati melihat ekskavator dan bulldoser membelah gunung atau mematangkan lahan. Entah berapa kilometer setiap hari, penulis dipaksa untuk berjalan kaki. Saat situasi itu dijalani, puji kita

pada Tuhan juga menjadi demikian dinamis. Namun di situ dan karena situasi itulah, kenikmatan diperoleh.

Itulah makna lain, mengapa para pebisnis menikmati hidup justru dalam proses bukan pada hasil bisnis. Kami merasa asyik, ketika merancang, memulai, berhadapan dengan banyak masalah, dan kami menyelesaikannya dengan perlahan. Dan ketika mulai sukses, kami pasti melirik jenis usaha lain. Di situlah kenikmatan berbisnis. Sikap para pebisnis persis seperti tukang pancing ikan, yang menikmati hidup bukan saat membakar atau menggoreng ikan lalu memakannya, tetapi, saat merencanakan, mengaitkan umpan ikan, dan menangkap ikan yang terjaring di pancing.

Citra dan cerita seperti inilah, yang tampaknya mulai dinikmati anak-anak kami. Bagaimana mungkin misalnya mereka mau menyajikan kopi atau makanan, kepada tamu yang datang ke kedai mereka, jika mereka tidak bahagia. Padahal di rumah, mereka justru sering memusingkan para pramusaji.

Pengalaman Keluarga

Awalnya, banyak teman menganggap bahwa watak bisnis kami, bersumber dari istri, bukan dari penulis. Pernyataan dimaksud, umumnya terjadi karena beberapa perusahaan yang kami miliki, dipimpin oleh dirinya. Asumsi itu tidak selamanya salah, meski mungkin tidak akurat. Sama tidak akuratnya, jika watak bisnis dilekatkan hanya kepada saya.

Relatif benar asumsi itu, jika disebut bahwa, keluarga kami sama, yakni pedagang. Kesamaan lainnya adalah sama-sama bangkrut dengan tingkat kerugian di masing-masing keluarga sangat akut. Keluarga yang juga mungkin sama-sama pernah menangis karena kekurangan susu dan keju atau bahkan kelangkaan minyak goreng, sehingga telur atau ikanpun tidak

sanggup dimatangkan minyak. Kondisi itu, terjadi ketika kebangkrutan bisnis menerpa keluarga kami masing-masing.

Suatu kondisi keluarga yang sama-sama terpaksa sempat mengencangkan ikat pinggang ketika sekolah dan atau ketika kuliah, hanya demi menatap masa depan. Ketika segalanya berakhir dan berupaya untuk dapat dikembalikan meski dengan segenap kekuatan yang tidak lagi perkasa. Tetapi, situasi seperti itulah, yang akhirnya memaksa kami sama-sama harus merubah haluan.

Jikapun disebut ada perbedaan, mungkin hanya terletak dalam soal pandangan hidup setelah kebangkrutan menerpa keluarga masing-masing. Bapak kami, selain menjadi pedagang, juga menjadi Mantri di Sekolah Dasar (Madrasah Ibtidaiyah). Sementara mertua, pedagang murni yang tidak mengambil kesempatan untuk meneruskan kariernya sebagai Tentara Nasional Indonesia (TNI), karena orang tuanya meminta untuk meneruskan usaha dalam bidang perikanan. Akibatnya, ketika bangkrut, seluruh aktivitas usahanya total berhenti. Kejadian itu, terjadi hanya beberapa tahun sebelum kami menikah.

Penulis dan Istri, sama-sama tahu persis dan memahami benar risiko usaha. Sekelas keluarga mertua yang pernah menjadi eksportir kayu, ketika mengalami kerugian, rasanya pedih minta ampun. Akhirnya dengan nalar tadi, bagi penulis bisnis harus dipahami serba kemungkinan (probabilitas) yang logika utamanya, jika mengacu pada teori filsafat ilmu, bermuara dalam apa yang disebut logika statistik.

Melalui fragmentasi sejarah keluarga kami, akan dapat dimengerti mengapa misalnya, istri penulis termasuk di antara jajaran wanita yang paling takut memasuki dunia usaha. Takut apa yang menimpa keluarganya, terulang di keluarga kami. Sosok keluarga yang tadinya tergolong *highclass*, tiba-tiba bukan hanya menjadi *middleclass*, tetapi, bahkan menjadi golongan *lowclass*. Kondisi dimaksud, terasa lebih pedih dirasa

keluarga ini, karena berada di sebuah tempat di mana aspek materi menjadi satu-satunya ukuran kehormatan.

Menjadi dapat dimengerti, mengapa akhirnya idaman orang tua mereka berubah arah. Umumnya, mereka hendak menjadikan 'bekerja' sebagai soko utama ekonomi keluarga mereka, khususnya menjadi ASN. Inilah, kata kunci bagi anaknya ketika istri penulis dikuliahkan. Terlebih ada di antara keluarga istri, menjadi pamong praja yang cukup disegani di salah satu kantor Pemda di Provinsi Jawa Barat.

Sementara itu, bapak penulis ketika bangkrut dari bisnis tapioka malah menyatakan:

"Semua hal bisa hilang. Yang tidak boleh hilang adalah cita-cita dan harapan untuk kembali bangkit. Kegagalan adalah guru paling penting, terlebih dalam dunia usaha."

Yang membuat banyak orang tidak dapat hidup baik, menurut bapak kami, bukan soal kebangkrutan, tetapi, kehilangan harapan sehingga dia tidak memiliki energi untuk kembali menatap masa depan. Ketika kami atau Anda kelak gagal dalam suatu usaha, anggap saja kegagalan itu sebagai SPP atau bayaran atas ilmu baru yang diperoleh. Kalimat itu, beliau luncurkan berulang-ulang saat usahanya, justru hanya mengenal kata bangkrut dan bangkrut diiringi dengan berbagai cibiran hidup yang kadang menyiksa.

Cara pandang Bapak yang demikian, akhirnya meletakkan watak bisnis tadi, tetap menyala dalam seluruh jiwa anak-anak beliau. Meski beberapa kali mengalami kegagalan dalam bisnis tapioka yang dia gulirkan, tetapi tetap berusaha untuk kembali membukanya. Bangkit dari jatuh, lalu kembali jatuh,

dan terus berupaya untuk kembali bangkit, semoga akhirnya akan terus hidup.

Karena itu, tidak heran jika semua keluarga kami, lima bersaudara, tetap memiliki usaha sekalipun kecil-kecilan. Profesi kami masing-masing berbeda, tetapi, profesi bisnis paling tidak jualan, selalu mengiringi perjalanan yang kadang hampir bertentangan dengan profesi aslinya dalam pandangan orang yang melihatnya.

Melalui narasi ini, apa yang hendak penulis sampaikan? Jawabannya ternyata bahwa watak bisnis itu, *habit* dalam keluarga masing-masing. Jadi, jika Anda belum membiasakan diri menjadi seorang pengusaha, maka, besar kemungkinan anak yang tumbuh dalam keluarga Anda akan sulit untuk memasuki dunia bisnis. Karena itu, latihlah diri kita dalam keluarga kita masing-masing untuk mau melakukan usaha. Itu saja, solusi sederhananya.

Bisnis dan Kontroversi Karier

Watak bisnis yang mengalir kepada keluarga kami, beberapa tahun terakhir menjadi perbincangan di kalangan tertentu. Misalnya, lahir sebuah pertanyaan seperti: Bagaimana sikap Anda, ketika ada yang mempertanyakan pilihan hidup berbisnis. Apakah bisnis ini selalu mulus? Pertanyaan lain yang kerap muncul adalah: Bagaimana Anda mampu membuat harmoni antara menjadi pebisnis dengan menjadi profesor dalam bidang Filsafat Ilmu?

Kedua pertanyaan tadi muncul di berbagai *event* ketika hadir dalam ragam posisi, yang mempertanyakan relasi antara bisnis properti dan dunia kampus. Suatu dunia, yang dalam anggapan mereka seharusnya menjadi *core* penulis dan sulit diharmoniskan dengan karier keluarga kami dalam bisnis properti.

Karier bisnis properti yang dijalani penulis, sekalipun banyak kalangan menganggap sebagai program yang cukup hebat, karena nyata dalam membantu masyarakat banyak, pertanyaan yang meragukan terjadinya harmonisasi antara bisnis dan karier akademik, terus bermunculan. Saya katakan, di situlah penulis kira merupakan sudut yang unik. Pikiran Anda dan saya berbeda dalam memandang hal ini.

Anda mesti tahu, tidak ada bisnis yang terus maju dan memperoleh hasil sebagaimana kita berharap atasnya. Tetapi, justru disitulah suka duka sering terjadi. Menjawab pertanyaan semacam itu, mendorong adrenalin penulis menjadi lebih aktif.

Penulis kembali menyatakan bahwa bisnis, harus diakui tidak pernah berada di ruang hampa. Naik dan turun terus terjadi. Bahkan berubah setiap saat. Namun saat situasi sedang turun, kami terus berupaya bangkit. Tidak ada kata yang meluncur selain kata bangkit dan masih bisa berkembang atau minimal masih dapat dihidupkan. Hasilnya, saya merasa belum apa-apa dan tidak ada artinya dibandingkan mereka yang telah malang melintang dalam bisnis properti.

Namun demikian, terhadap situasi yang menimpa kami ketika pertama kali masuk dalam bisnis ini, tidak sedikit yang menyayangkan. Maklum, perusahaan ini dibuka, beberapa tahun setelah penulis dinobatkan sebagai Guru Besar dalam bidang Filsafat Ilmu di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Sebuah bidang yang cukup langka dan diperoleh pada usia yang relatif belia.

Saya katakan kepada mereka: "suatu kehormatan bagi penulis, dan percaya sepenuhnya, kehormatan ini juga dirasa mereka yang mencintai kami, bahwa penulis pernah sampai di titik puncak sebagai seorang akademisi." Perolehan penghargaan tertinggi dalam karier sebagai tenaga akademik, memang bukan sesuatu yang mudah, bahkan dalam banyak kasus, hampir sulit diperoleh manusia biasa. Penulis sendiri sadar, dan penulis memahami hal ini sebagai murni anugerah Tuhan. Tanpa

campur tangan Tuhan, anugerah ini, tidak mungkin diperoleh. Inilah karier profesional tertinggi dalam dunia akademik di usia yang relatif muda waktu itu, yakni 37 tahun.

Alasan mereka yang kurang setuju atas keterlibatan penulis dalam dunia bisnis, karena dianggap tidak konsisten menjalani karier sebagai profesor dalam bidang yang cukup langka. Saya memahami semua catatan ini, meski sejujurnya, apa yang dipersepsikan tadi tidak selamanya benar, bahkan jauh dari realitas yang sesungguhnya.

Sebut misalnya, bagaimana adik-adik kami di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) beserta para alumni (KAHMI), dan beberapa cerdik cendekia yang tergabung di ICMI yang dekat dengan penulis. Mereka umumnya berkata: “Kekagumanku berkurang, karena Rakanda kini lebih banyak berpikir tentang dunia usaha, dibandingkan dengan dunia kampus.”

Sialnya, beberapa notaris yang kami jadikan mitra, di awal-awal pendirian perusahaan, kadang berkata: “Prof. Cecep, apa tidak lebih baik, Anda meneruskan karier akademik di dunia kampus? *Ngapain* berlelah-lelah mengurus perusahaan yang penuh liku dengan sejumlah dinamika yang demikian kompleks dan kadang sulit diduga. Bisnis perumahan itu, cape lho Prof.”

Kepada notaris, saya katakan: Pernahkah Anda membaca tulisan Stephen Hawking? Dia berkata, belum. Kalau begitu, dengarkan kata-kata saya. Hawking (1997) Berkata: Andaikan dunia dapat diprediksi, maka, besok dunia akan kiamat. Ciri bahwa dunia belum kiamat, karena tidak ada satupun makhluk di muka bumi, yang mampu meramal masa depan.

Jika Anda mengatakan bahwa pada bisnis ini sulit diprediksi, anggap saja bahwa saya sedang menjaga dunia, agar tidak cepat kiamat. Makin banyak kita memperoleh sesuatu yang tidak dapat diprediksi, maka, semakin jauhlah kata kiamat dari bumi ini. Notaris diam dan cengengesan. Itulah bedanya developer bergelar profesor dengan mereka yang tidak memiliki gelar yang sama. Kata dia sambil tersenyum lebar.

Namun demikian, pandangan-pandangan dimaksud, tentu membuat penulis sedih sebenarnya. Penulis sendiri kadang meresponsnya, hanya dengan senyum simpul dengan desiran kekecewaan yang mendalam sambil berupaya untuk tetap mengkhidmatinya. Senyum yang memaksa menelan air liur kelu karena kadang jengkel menjelaskannya.

Rasa jengkel itu kadang membuncah yang menyimpulkan bahwa di mata banyak kalangan dunia bisnis dianggap berjarak dengan dunia ilmu. Pebisnis, seolah-olah hanya untuk dan milik satu komunitas tertentu yang tapal batasnya sangat jauh dengan dunia akademik. Sama seperti dunia akademik, seolah-olah hanya milik suatu kaum tertentu yang tidak mungkin dijamah banyak orang.

Dalam hal-hal tertentu, pandangan dimaksud menurut penulis layak disebut subjektif. Anggapan yang menyebut bisnis berjarak dengan dunia ilmu, atau sebaliknya, ilmu berjarak dengan dunia bisnis, di sisi tertentu, mengandung ruang salah yang cukup lebar. Anggapan yang menyebut bahwa bisnis dapat dilakukan oleh mereka yang tidak berpendidikan, menurut penulis, haruslah tetap dipandang keliru.

Bisnis, termasuk bisnis properti, bagi saya, tidak demikian. Itulah kata kunci penulis. Bisnis bukan hanya soal mencari uang atau hanya murni mengambil pertimbangan keuntungan. Bisnis sesungguhnya, lebih pada soal *added values* dalam menatap dan memandang dunia dalam segenap kesemestaan yang dihadapi manusia. Jawaban semacam ini, tentu sangat filosofis dan agak sulit untuk dipahami mereka.

Suatu malam, saya diskusi dengan saudara Shofiudin dan Regia Azhara. Keduanya adalah Direktur Pelaksana Project Quanta 4 dan 5 yang berada di bawah bendera PT. Nusa Indah Pratama. Kami mendiskusikan suasana kebatinan pebisnis di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya, yang belakangan rata-rata memiliki Status Kolektibilitas 5. Mereka bertanya, mengapa

bisnis di Tasikmalaya banyak yang berguguran? Saya nyatakan; "Banyak di antara saudara kita yang melakukan kegiatan bisnis, tetapi, tidak memiliki latar belakang pendidikan yang cukup untuk menjalankan usaha dimaksud. Mereka kekurangan logika dan cenderung pragmatis dalam menjalani dunia usaha.

Lalu penulis jelaskan ulang dengan menyatakan bahwa bisnis, adalah proses *energize* dalam konteks memfungsikan kemampuan otak kiri dan kanan manusia. Memfungsikan secara tepat dan maksimal atas karya Tuhan yang terdapat pada diri kita, harus dipahami sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan. Di letak inilah, kepentingan pendidikan tetap diperlukan. Aku, kata penulis, ingin disebut sebagai makhluk yang pandai bersyukur kepada Tuhan. Mari kita ambil contoh kasus otak manusia dan menganalisisnya, sekali lagi hanya dapat dicerna mereka yang berpendidikan.

Otak manusia, jika mengutip Yuval Noah Harari (2018), beratnya hanya 2-3 persen dari berat tubuh manusia. Namun, otak yang bobotnya kecil itu, menghabiskan 25 persen dari seluruh energi yang dibutuhkan manusia. Saya merasa bahwa cukup disayangkan energi yang dikeluarkan manusia demikian besar, jika tidak dimanfaatkan secara fungsional dan dapat digunakan secara tepat dalam noktah kehidupan yang lebih nyata dan berguna bagi manusia.

Penulis kira, bentuk syukur manusia terhadap nikmat Tuhan, salah satunya diwujudkan melalui apa yang disebut dengan memanfaatkan seluruh fungsi organ tubuh, termasuk otak kita. Bagaimana mungkin manusia disebut bersyukur, jika otak saja tidak pernah digunakan dengan sempurna.

Suatu hari Anda memberi sesuatu, sebut saja barang berharga kepada orang yang dicintai. Kira-kira, bagaimana perasaan Anda jika

***barang yang diberikan itu tidak digunakan
sebagaimana tujuan Anda memberinya. Pasti
kecewa!***

***Begitu juga dengan Tuhan. Anugerah terbesar
Tuhan untuk manusia adalah akal pikiran.
Jika Anda menjadi Tuhan, kira-kira bagaimana
perasaan Anda, jika barang berharga yang
dimaksud, tidak digunakan dengan benar dan
tepat sasaran.***

Di sinilah, dalam *covert behavior* penulis, bisnis dapat dan harus diterjemahkan sebagai bentuk nyata (*overt behavior*) rasa syukur manusia pada Tuhan. Karena dunia bisnis, tentu apalagi bisnis properti, membutuhkan pemfungsian akal dan pikiran secara sempurna. Pemfungsian secara sempurna inilah yang disebut dengan bersyukur.

Selain itu, jika menggunakan implementasi filosofi hidup dan sedikit gaya-gayaan membaca literasi keagamaan, bisnis sebenarnya hanya mengimplementasikan konsep agama: "Sebaik-baik manusia adalah mereka yang bermanfaat bagi orang lain." Perbuatan dan tindakan yang dilakukan, jika semangatnya didasari ketulusan dan semangat membangun jiwa kemanusiaan, termasuk tentu dalam dunia bisnis, akan selalu bernilai manfaat. Itu semua menandakan bahwa diri kita termasuk orang yang patut diduga disebut Tuhan sebagai sebaik-baiknya manusia.

Selain penggunaan otak, bisnis dapat juga merangsang gerak tangan menjadi lebih dinamis. Jika juga misalnya mengutip Yuval Noah Harari (2018), dalam pendekatan lain, ia menyebut bahwa semakin banyak hal yang dilakukan tangan, maka, semakin sukses hidup seseorang. Tekanan evolusi dari gerakan tangan, akan menyebabkan terkonsentrasinya syaraf pada otot yang

cekatan di telapak tangan seseorang dan itu dapat membuat pelakunya menjadi sukses menjalani hidup.

Karena itu, jika masih ada pihak yang menyangkan langkah penulis masuk dalam bisnis, lebih karena mereka tidak mengerti. Fakta sesungguhnya, yang langka atau yang sedikit, bukan mereka yang menjadi profesor, tetapi, profesor yang mengembangkan sayapnya di dunia bisnis. Termasuk tentu mereka yang memasuki bisnis perumahan.

Selain itu, penulis menganggap bahwa bisnis properti dapat mendorong manusia untuk mengambil suatu kesempatan terindah dalam konteks menciptakan sesuatu yang *summum bonum*. Suatu gagasan adanya “kebaikan tertinggi” yang dapat dimiliki manusia.

Dalam pengertian ini, hal paling baik dalam hidup bukan hanya sekadar melahirkan kebaikan yang mungkin ada, tetapi mengandung dan melahirkan hal-hal yang baik, yang diinginkan, yang sungguh memuaskan semua hasrat atau keinginan hati manusia. *Summum Bonum*, oleh Plato dimaknai ide baik, harus mampu diimplementasikan dengan baik juga dalam tataran nyata kehidupan kemanusiaan. Meski dalam tataran tertentu, apa yang disampaikan Plato tadi, tetap masih abstrak dan samar. Penulis merasa menjadi bagian dari orang yang mencoba menafsirkan teori tadi dalam segenap gejala kemanusiaan.

Mengajar itu Mengabdi

Bukan alasan dan bukan juga apologia, jika secara faktual akademik, penulis sedikitpun tidak pernah meninggalkan dunia kampus. Lembaga pendidikan, jangan di kelas perguruan tinggi, setingkat sekolah dasar—karena kebetulan juga memiliki TK dan SD—ketika diketahui ada kelas kosong tidak segan-segan mengisi mata pelajaran. Tentu apalagi Perguruan Tinggi di mana penulis mengabdikan diri.

Kampus, akan selalu menjadi medan pengabdian ilmiah yang paling indah dan sempurna. Hal ini sesuai dengan nalar orang tua dan selalu dipesankan kepada penulis, beberapa bulan sebelum meninggal. Beliau berulang-ulang mengatakan:

“Mendidik bukan lahan mencari uang, tetapi, berkontribusi menertibkan otak dan watak manusia. Jadikan pendidikan sebagai tempat teraman untuk mengabdikan diri dengan penuh hati.”

Alasan ini yang menyebabkan kami merawat pendidikan mulai dari TK, SD, Akper, dan STKIP. Penulis berharap anak-anak kami juga sama, dapat melakukan relaksasi ilmiah melalui dunia pendidikan. Di dunia pendidikan itulah, otak manusia akan dibentuk, membentuk manusia, dan akan membiarkan mereka menekuni dunia usaha sebagai bekal hidupnya.

Jika Anda ingin mendapatkan kekayaan, begitulah kata Bapak, maka, masukilah dunia bisnis. Tetapi sekalipun demikian, Anda tidak boleh lupa mendidik. Karena Anda tidak boleh lupa mendidik, maka, Anda tidak boleh lupa belajar. Mendidik hanya akan melahirkan penyesalan, jika tujuannya mencari uang. Jika Anda memperoleh uang dari hasil mendidik, anggap saja itu bonus kehidupanmu di dunia. Jangan ambil semua, biarkan dan tabungkanlah sebagiannya, untuk keperluan kamu di akhirat dalam bentuk membaginya kepada orang lain.

Itulah, mengapa penulis tetap tidak mampu menghentikan semangat untuk mengajar, meski aktivitas bisnis atau minimal menjadi pedagang, juga tidak mampu ditinggalkan. Kalau sudah demikian, lalu mengapa Anda tetap menyayangkan saya. Atas jawaban dimaksud, kebanyakan mereka diam.

Dalam perkembangan berikut, karena penulis penasaran apa yang membuat mereka tampak demikian kecewa, upaya mencari tahu terus dilakukan. Hasilnya, ternyata karena dipicu keengganan penulis untuk terlibat dalam birokrasi akademik, termasuk jika memiliki kemungkinan mengikuti *fit and proper test* menjadi rektor, misalnya.

Ini persoalan lain, kata saya. Tentu jika yang menjadi alat ukurnya pada dimensi ini, penulis harus mengakui, iya. Mengapa? Karena sejujurnya, wilayah itu hanya membuat penulis kadang sering tidak mengerti. Misalnya, pernah juga penulis menjadi Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan. Saat itu, penulis menemukan beberapa fakta sosiologis yang unik. Misalnya, mengapa ada orang tiba-tiba baik, atau tiba-tiba membenci. Nun jauh di sana, yang tidak terjangkau otak dan pikiran penulis sendiri, terpaksa atau dipaksa, menjadi kurang ramah atau membenci terhadap diri penulis. Padahal kami tidak saling mengenal. Wilayah itu abu-abu dan setiap yang abu-abu, pasti mengandung ketidakjelasan. Itulah yang oleh bapak penulis disebut dengan *syubhat*. Itu saja!

Misalnya, penulis kadang dibikin seperti kurang kerjaan dan menganggap bahwa menjadi birokrat akademik, akan mampu melakukan banyak hal. Padahal dalam titik tertentu, mungkin nol. Cita-cita penulis, hanya ingin menjadi raja dalam kerajaan yang kami buat sendiri. Menjadi peletak mahkota untuk sejumlah raja baru di kemudian hari, yang salah satu tugas raja berikut adalah mengenang penulis. Penulis kira, hal itu tidak mungkin diperoleh, jika penulis mengambil sikap seperti kebanyakan orang.

Apakah salah jika hal ini kami lakukan? Penulis kira tidak. Mengapa? Sebab al Qur'an, khususnya di Surat Shaad [61] 35 yang saya pahami, Allah memberi inspirasi soal ini. Al Qur'an merekam jejak Nabi Sulaiman, di mana dia selalu berdo'a.

“Ya Tuhanku, ampunilah dan berilah aku kerajaan yang tidak dimiliki seorang pun sesudahku. Sesungguhnya Engkau Dzat yang Maha Pemberi.”

Penulis tentu tidak mungkin menjadi Nabi seperti kenabian Sulaiman. Dia Nabi dan saya manusia yang sangat biasa seperti Anda. Tetapi, paling tidak, hasrat, cita-cita, dan semangat sebagaimana Nabi Sulaiman memilikinya, penulis kira harus tetap menyala bagi siapapun yang membaca al Qur'an. Bagi penulis, al Qur'an turun untuk umat Nabi Muhammad, bukan untuk pengikut Nabi Sulaiman. Secara hermeneutis, jikapun al Qur'an mengisahkan perjalanan kenabian, termasuk perjalanan Nabi Sulaiman, dalam banyak kasus, seharusnya menjadi contoh bagi umat Nabi Muhammad sampai sekarang. Itulah baru al Qur'an menjadi *way of life* bagi pengikutnya.

Pada posisi inilah, penulis kira al Qur'an mampu menjadi semacam magma vulkanik yang seharusnya mampu mendorong umat Islam untuk bergerak lebih cepat. Cerita Nabi Sulaiman dalam al Qur'an, menurut penulis diperuntukkan untuk umat yang mendapatkan al Qur'an, yakni pengikut Nabi Muhammad itu sendiri. Suatu kitab suci yang disebut Allah sebagai petunjuk bagi orang-orang yang bertakwa (al Baqarah [2]: 2). Al Qur'an mengajarkan bahwa seluruh dimensi ajarannya, tidak ada yang patut diragukan.

Dalam perspektif tertentu, secara filosofis, penulis merasa harus menitipkan hutang budi baru bagi generasi mendatang, dan itu sulit jika hanya mengandalkan dunia birokrasi. Langkah ini mengandung konsekuensi sebagai upaya membayar hutang budi yang telah diterima penulis tentu atau serendahnya sebagaimana orang tua kami mendidiknya. Bagi penulis,

hidup sebenarnya hanya menyangkut persoalan membayar hutang budi dan menitipkan hutang budi baru bagi segenap perjalanan kemanusiaan kita sebelumnya, saat ini dan masa yang akan datang.

Jika Anda bertanya, landasan apa yang membingkai mengapa penulis mengambil jalan sebagaimana narasi tadi? Setidaknya, bagi penulis hal ini terangkum dalam al Qur'an Surat An Naml [27]: 19 yang artinya:

“Ya Tuhanku ... berilah aku ilham agar tetap mensyukuri nikmat-Mu yang telah Engkau berikan kepadaku dan kepada kedua orangtuaku dan untuk mengerjakan amal shaleh yang Engkau ridhai. dan masukkanlah aku dengan rahmat-Mu ke dalam golongan hamba-hamba-Mu yang shaleh.”

Do'a ini hampir tidak pernah lekang, selalu diungkapkan, beberapa saat setelah melaksanakan shalat lima waktu. Karena itu, apa yang telah ditempuh ini, seharusnya menjadi semacam *trendsetter* bagi siapapun, terlebih bagi mereka yang berada di dunia pendidikan tinggi dan mereka yang ada di sekitar kami. Penulis, sejujurnya tidak ingin menjadi menara gading atau menjadi semacam mercusuar yang tampak hebat dalam pandangan tertentu, terlebih jika dilihat dari jarak jauh, namun, ternyata kurang *real* ketika harus berimpitan dengan lapisan masyarakat bawah. Suatu lapisan yang tidak banyak disentuh kaum intelektual, dengan ragam pertimbangan. Bagi penulis, tidak! Karena sejatinya kemanusiaan kita, ada dalam lapisan yang kita sebut bawah.

Relasi Bisnis dan Profesor Filsafat Ilmu

Muncul pertanyaan lain yang cukup dahsyat. Misalnya, bagaimana Anda mencari relasi antara menjadi profesor dan menjadi pengusaha? Di mana titik singgung di antara kedua profesi itu bermuara? Terhadap pertanyaan terakhir, penulis menjawabnya dengan narasi berikut.

Profesi di bidang bisnis properti, menurut saya tidak dapat dipertentangkan dengan menjadi profesor. Keduanya bukan profesi ganda dan tidak harus dibuat seolah ada jarak yang jauh antara keduanya berbeda. Profesor adalah guru dengan pangkat paling tinggi di sebuah universitas atau perguruan tinggi. Tugas seorang profesor bukan seperti guru sekolah menengah, yang hanya mengajar di kelas. Tugas utama profesor, jika Anda membaca buku apapun tentangnya, selalu memiliki banyak tanggung jawab profesional, yang karenanya tentu tidak hanya mengajar. Di beberapa perguruan tinggi di luar negeri, tanggung jawab seorang profesor biasanya dialokasikan waktunya: 40 persen untuk Penelitian, 40 persen pendidikan dan pembelajaran, dan 20 persen lainnya digunakan untuk pelayanan. Selain itu, tanggung jawab mengajar mencakup banyak kegiatan lebih dari sekadar mengajar kelas.

Dengan kata lain, meski terkesan apologi, profesor harus mampu menjadi sosok yang mampu mempersembahkan ilmu yang diperoleh dari dunia nyata dan meneorikannya ke dalam dunia ide. Dunia yang sebagian besarnya empiris dan baru memiliki makna dalam kepentingan hidup manusia, ketika mampu kita tafsirkan. Bagaimana yang empiris itu, kemudian masuk ke dalam dunia ide.

Pekerjaan utama profesor, sekali lagi, merancang atau mendesain, dapat juga disebut meneorikan dunia empiris ke dalam dunia ide, yang dari gumpalan dunia ide itu, terbentuklah apa yang disebut dengan teori ilmiah. Teori ilmiah yang terus

terbarukan itulah, seharusnya yang disampaikan di mimbar-mimbar akademik dengan sejumlah argumen yang penuh nalar karena berbasis pada dunia empiris tadi. Meski harus dicatatkan bahwa dalam kasus tertentu, forumnya sebetulnya terbatas dengan sejumlah manusia yang juga terbatas.

Saya katakan dengan sejujurnya, bahwa menjadi profesor, tidak sama dengan menjadi resi pertapa di sebuah mimbar yang ruang dan waktunya terbatas. Menjadi profesor, justru harus mampu hidup di tengah lapangan kemanusiaan yang cukup luas dan memberi manfaat atasnya dalam cakupan yang kompleks dan lebih praktis. Dia harus berani dan berhasil memungut serpihan-serpihan keilmuan yang diperoleh di dunia nyata dan ditransformasi ke masyarakat banyak.

Ditinjau dari nalar filosofis, penulis merumuskan hal ini ke dalam bentuk pertanyaan. Misalnya, bukankah ilmu berakar dari apa yang disebut dunia empiris? Sebuah dunia yang diasumsikan Thales sebagai realitas sesungguhnya dan dianggap al Ghazali sebagai *ain al yaqien*. Teori ini, secara *real*, jika Anda mengerti, justru banyak diperoleh melalui dunia properti. Lepas dari persoalan Anda percaya atau tidak.

Meski Plato pernah mengatakan bahwa kebenaran logis tidak mungkin dapat dikalahkan kebenaran empiris, dan hal yang sama diasumsikan al Ghazali, tetapi, setidaknya kita masih dapat mengambil jejak nalar yang diperagakan keduanya, yakni bahwa kebenaran logis, hanya mungkin diperoleh ketika kebenaran empiris telah diperolehnya. Bisnis, apapun itu model dan bentuknya, adalah cara untuk mendapatkan kebenaran empiris, agar mampu ditarik ke dalam kebenaran logis. Atau serendahnya, kita dapat memperoleh apa yang disebut dengan kebenaran logis melalui dunia empiris.

Meski demikian, sebagai seorang profesor, tentu penulis harus tetap menunaikan tugas dan kewajiban dengan tertib dan baik menurut tata administrasi kenegaraan di Republik

Indonesia. Posisi penulis sebagai profesor dan pebisnis, karena itu, sesungguhnya bukan profesi ganda. Dalam profesi sebagai seorang profesor, penulis justru merasa memiliki kenikmatan akademik yang luar biasa tinggi karena memperoleh segenap kebebasan ekspresi dalam menumbuhkan dunia keilmuan.

Penulis merasa tidak memiliki sedikitpun keinginan untuk terlibat dalam “pertikaian politik birokrasi akademik” kampus, seperti selama ini sering terjadi di beberapa perguruan tinggi, khususnya di Perguruan Tinggi Agama. Menurut penulis, jika penulis ada dalam ruang seperti itu, maka, penulis akan menjadi bagian dari “pengkhianat” akademik, tentu jika itu terjadi. Mengapa? Sebab energi intelektual kampus dihabiskan bukan untuk sesuatu yang produktif dalam konteks keilmuan, tetapi, malah terlibat atau melibatkan diri dalam kegiatan semi atau bahkan lebih politik, dibandingkan dengan kegiatan politik praktis itu sendiri.

Hari ini, penulis dapat menjadi lebih fokus sebagai tenaga akademik dan menjadi mentor mereka di kehidupan sehari-hari. Hampir tidak ada kuliah yang ditinggalkan, beban menulis juga sama, malah sangat berbeda ketika penulis menjadi birokrat akademik kampus. Undangan menjadi pemateri di seminar atau *workshop* selalu penulis hadiri, atau beban akademik lain yang dibebankan kepada penulis sebagai seorang profesor menjadi lebih mudah dilakukan.

Buku ini, karena itu, sesungguhnya dihadirkan sebagai salah satu jawaban atas beberapa sikap yang menyayangkan langkah penulis merintis dunia usaha di satu sisi dan berbagi ilmu bagi yang berminat dalam merintis bisnis perumahan, di sisi lain. Tulisan ini mengulas segenap peristiwa panjang dan penting, bagaimana bisnis perumahan dimulai dan harus dikembangkan atau dirawat.

Berbisnislah Agar Menjadi Pahlawan

Secara teoretis, menurut penulis, pebisnis adalah pejuang. Pejuang untuk diri, keluarga, dan mereka yang hidup dalam kesusahan—yang secara *real* menjadi lapisan masyarakat terbanyak di Indonesia.

Menjadi pebisnis menurut penulis, ketika mati akan disebut pahlawan, karena hidup mereka selalu berada dalam simbahana keringat yang cukup deras dalam menggapai berbagai impian dari dunia nyata yang digeluti. Dalam setiap lakon pebisnis, sangat mungkin dia tidak menikmatinya sebagaimana orang lain memahaminya. Para pebisnis adalah mereka yang sekuat mungkin memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya, sebagai bentuk syukur atas seluruh nikmat Tuhan. Ia mensyukuri nikmat Tuhan dengan cara mengerahkan seluruh potensi yang dimilikinya. Itulah anugerah terbesar Tuhan yang diberikan kepadanya.

Dalam soal yang demikian, kita, pengikut agama Muhammad (Islam) mungkin patut merenungkan sabda Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam*, berikut ini.

“Jika ada di antara kalian pergi mencari kayu bakar, memanggul dan menjualnya, dan karenanya dapat bersedekah dan mencukupi kebutuhan hidupnya (sehingga tidak meminta kepada) orang lain, maka, hal itu lebih baik daripada menjadi peminta-minta, diberi atau ditolak permintaannya. Sesungguhnya tangan di atas itu lebih baik dibanding dengan tangan

di bawah. Dan mulailah (nafkahmu) dari orang-orang yang menjadi tanggung jawabmu.”
HR. al-Bukhari.

Bagi Anda penganut agama Islam, lalu mengapa harus takut dengan dunia bisnis. Mulailah sekalipun itu kecil dan sangat sederhana. Jika Anda sukses berbisnis, setidaknya hidup Anda tidak menyusahkan orang lain. Anda akan memberi manfaat kepada banyak orang dan Anda akan berbuat untuk yang terbaik dalam hidup Anda.

Dinamika Bisnis Perumahan

Bisnis di bidang perumahan (properti), harus diakui, tidak cukup dengan mengandalkan gaya (*style*) profesional karier, yang hanya terbiasa duduk di balik meja lebar, berdiri, dan bergerak di ruangan sejuk, baju berdasi, dan sepatu bersemitar. Bisnis perumahan mengajak semua *style* pekerja, mulai dari gaya profesional, seperti memakai jas dan berdasi atau minimal memakai batik mewah dalam *event* tertentu, tetapi, harus mampu memakai sepatu olahraga dengan memakai celana kolor, serta kaki yang siap lepuh oleh kerasnya tanah yang diinjak atau kesiapsiagaan dirinya ketika kulit terkena sobekan duri di hutan.

Bisnis properti tidak hanya mengajarkan soal kerja dan kerja, tetapi, bisnis ini mengajak setiap pelakunya untuk membangun nalar. Bahkan nalar yang sesungguhnya nalar. Bisnis properti mengajak pelaku menjadi perencana yang baik, telaten dalam membangun rumah dan handal dalam melakukan penjualan. Inilah mungkin yang menyebabkan banyak kalangan menyebut bisnis dalam bidang ini, tidak selalu harus bergerak dari tumpukan modal berlimpah, meski bukan berarti dibangun dengan modal kosong.

Bisnis properti, harus dimulai dengan kesanggupan mengikhlaskan mata agar menjadi lembab, kulit menjadi kering, bibir menjadi hitam, rambut kadang harus sedikit kumal, tubuh lebih banyak lemas dan pakaian serta sepatu yang kadang kotor dan hampir sulit kembali disemir. Sekujur tubuh telah dibikin lelah, harus sanggup dipenuhi simbahan keringat yang kadang sulit dikeringkan. Tidak sedikit, kotoran-kotoran hutan menempel di kulit yang membutuhkan waktu cukup lama untuk dinetralkan.

Kondisi ini, sejujurnya mengingatkan penulis pada peristiwa heroik Nabi Musa ketika bertemu dengan mantan kekasihnya, yang dinikahi Fir'aun. Cerita itu bermula, ketika mantan kekasih Musa kaget menyaksikan dirinya yang gagah dan hebat, kembali datang ke Mesir setelah belasan tahun meninggalkan negeri penuh mitos itu. Mantan kekasihnya, hendak membuat Musa dapat kembali meraih dirinya dan menjadikan dirinya berada dalam pangkuan Musa. Hanya saja, Musa menolak karena ia merasa bahwa kekasihnya, telah menjadi istri orang lain dan dia sendiri, sudah memiliki istri, anak Nabi Syuaib yang dianggapnya sangat membahagiakan.

Yang menarik dari cerita ini adalah pernyataan mantan kekasih Musa kepadanya: "Mengapa Anda mencintai seorang perempuan yang kulitnya lepuh, matanya lembab, bibirnya hitam, dan kering karena bekerja seharian tanpa henti di sebuah

ladang yang terus menerus terkena sinar matahari dan teriris hujan? Mengapa Anda tidak menyukai perempuan sepertiku, yang bibirnya merah karena gincu dan kulit bening karena tak pernah terkena sengatan matahari.”

Dengan enteng Musa berkata: “Kecantikan fisikmu tak mampu menggairahkanku. Kecantikan Istriku lebih dari apa yang tampak padamu. Ia berhasil memindahkan kecantikan fisiknya, ke dalam jiwaku yang menentramkan segala hal, untuk selamanya.”

Cerita itu, persis seperti perilaku pebisnis. Mereka adalah sosok-sosok yang dituntut sanggup, tanpa basa-basi berada di lapangan. Harus siap hidup di lapangan terbuka dengan hanya dipayungi langit yang kadang panas atau kadang hujan atau dipenuhi halilintar. Matanya dibikin lembab karena terlambat tidur akibat banyak berpikir dan mencari jalan keluar atas setiap masalah yang dihadapi. Ingat bahwa problem dalam bisnis ini cukup kompleks. Tetapi, karena kompleksitasnya cukup tinggi, bagi para pelaku bisnis perumahan, justru akan terasa mengasyikkan layaknya bermain selancar di atas gelombang laut yang besar.

Bisnis properti juga sama, mereka dituntut mampu menyulap dalam waktu singkat, suatu **realitas empiris** dengan **realitas meta empiris**, sebagaimana istri Musa menyulapnya. Dalam narasi ini, yang terlihat kasat mata, sesungguhnya tidak pernah mampu mewakili keadaan sesungguhnya.

Banyaknya mobil mewah yang terbiasa dipakai atau terparkir di garasi, dengan setelan baju dan dasi serta jas yang cukup artistik hanya berlaku di waktu tertentu. Hampir bersamaan dengan waktu itu, dalam waktu yang relatif dekat, sesungguhnya ia selalu berimpitan dengan realitas sebaliknya. Ini yang menyebabkan di buku ini ada judul: “Di Balik Realitas, Keringatku Bersimbah”.

Sewaktu-waktu, duri yang menyentuh kaki atau tangan saat melakukan survei lapangan ke lokasi yang hendak dibebaskan, harus direlakan merobek kulit dengan sunggingan senyum yang terus harus menyala. Kulit halus yang sebelumnya hampir tidak pernah tergores luka, sewaktu-waktu dapat mengeluarkan darah akibat goresannya. Hal ini telah menyebabkan kehalusan kulit putih menjadi hilang, dan sulit untuk dikembalikan seperti semula.

Fakta historis, selama saya hidup di rumah bersama Bapak dan Ibu di kampung, orang tua selalu melarang siapapun membiarkan penulis masuk ke sebuah rimba, termasuk jika rimba itu hanya berisi ilalang. Pernah penulis terpaksa tinggal di sebuah kamar yang dikunci Bapak, hanya karena ikut orang lain mengambil singkong. Entah mengapa demikian protektifnya, sehingga kulit penulis hampir mirip seperti kulit cicak, yang gampang luka, mungkin karena tidak terbiasa, sampai saat ini.

Banyak kawan-kawan penulis kaget, melihat kulit tubuh dan muka yang jauh berbeda saat dulu masih sekolah di SLTA atau ketika menimba ilmu di Perguruan Tinggi. Katanya dulu kulitku putih dan bening sampai-sampai urat berwarna biru di sekitar muka dan leher kelihatan. Mereka mempertanyakan kulit yang tidak lagi putih dengan rambut yang sedikit kemerahan. Kawan-kawan lama, kadang bertanya penuh keheranan. Misalnya, apa sesungguhnya yang Anda lakukan? Bukankah menjadi seorang profesor seharusnya membuat muka Anda menjadi lebih bening?

Saya hanya tersenyum simpul. Terlebih ketika mereka membandingkan saya dengan beberapa teman yang kebetulan misalnya menjadi anggota DPR atau menjadi birokrat karier yang memang secara fisik, lebih bersih dibandingkan beberapa puluh tahun lalu. Dalam hati paling saya hanya berkata: Mereka tidak tahu, kalau saya dan keluarga adalah pemilik saham tunggal yang sebentar lagi akan menjadi perusahaan raksasa dalam bidang properti berskala nasional.

Dalam keadaan seperti itu, di hati paling dalam, sejujurnya, saya sendiri kadang harus melakukan evaluasi atau bahkan meta evaluasi. Misalnya, apa benar yang dikatakan mereka bahwa saya telah melakukan langkah yang salah ketika berkarier dalam dunia bisnis.

Namun ketika hal itu muncul dan secara faktual sering muncul, saya harus kembali meyakinkan diri pada apa yang telah dipilih, bahwa misalnya pilihan ini tepat. Saya sendiri, yang secara psikologis termasuk ekstrover, meminjam pikiran Paul D. Tieger dkk (2018), memungkinkan untuk memiliki relasi yang tidak berhingga menurut ukuran saya sebagai makhluk yang lemah. Cukup disayangkan jika hal itu, tidak “dimanfaatkan” sebagai anugerah Tuhan. Itulah hadiah Tuhan kepada penulis yang memaksa atau terpaksa menghempaskan diri di lapangan terbuka dengan menempatkan langit sebagai rumah kami dan membiarkan kulit disengat atau diguyur hujan.

Keyakinan Itulah Modal

Lalu saya berimajinasi bahwa banyak di antara kawan-kawan saya, yang memiliki hubungan baik atau setidaknya patut diduga memiliki apa yang disebut investasi sosial dalam jumlah yang bahkan tak terhitung. Inilah, yang dalam istilah penulis disebut *knowledge based society*. Hanya patut disayangkan, modal ini, tidak mampu ditunaikan dan dimanfaatkan mereka dengan sempurna. Padahal dalam kacamata saya, seharusnya, *knowledge based of society* seseorang, terlebih tentu mereka yang menggeluti dunia akademik, turun ke *economic practice* atau ke *politic practice*. Faktanya ternyata tidak!

Inilah penulis kira apa yang diperankan Mukhlis Khaerul Anwar (2018), setidaknya dalam analisis penulis, ketika “menyatakan” diri, sebagai pemenang dalam sebuah laga melawan *undertaker*

ketika harus menjual rumah yang berada di bawah sutet, dekat makam, atau di tepi sungai yang curam. Posisinya sebagai marketing handal, termasuk ketika harus menjual rumah yang dianggap tidak mungkin laku, menjadi terjual dengan cepat, melebihi kecepatan penjualan pisang goreng.

Langkah yang ditempuh Mukhlis Khaerul Anwar, meski bukan berarti dia sudah berbisnis dalam konteks bisnis properti, tetapi lebih sebagai agensi, didasari sebuah keyakinan. Keyakinan dia, sama seperti saya yang yakin pada pilihan ini. Bahwa apapun yang dilakukan, sepanjang itu benar, pasti berhasil. Penulis sendiri, menyusun skenario dimaksud dalam apa yang disebut keyakinan. Itulah kata kunci keberhasilan apapun, termasuk dalam bisnis properti.

Bisnis properti mendorong hati penulis bukan hanya sekadar terpaut akan berbagai peristiwa sosial yang terjadi di setiap *event* pembukaan kawasan baru, tetapi, juga jantung kadang dipacu agar tetap memiliki adrenalin tinggi, agar keberanian tetap menyala. Bisnis ini menggoda kita sewaktu-waktu untuk kehilangan nurani, meski kadang seperti mimpi indah di siang bolong yang memaksa kita untuk sabar.

Ketika pertama kali menjadi developer (2011), entah mengapa, tiba-tiba truk yang membawa material kami, ke kawasan yang baru saja kami ratakan (pematangan lahan), dihentikan segerombolan warga. Jalannya distop. Mereka ramai-ramai menghadang di jalan yang kami lalui.

Waktu itu, penulis masih duduk di kantor dalam posisi sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Betapa siang hari yang sangat panas itu, saya terkejut, padahal berbagai peraturan sudah kami patuhi, mulai dari tingkat warga, RT, RW, dan Kepala Desa tentu dan seterusnya sampai ke PEMDA. Semua izin pengembangan kawasan sudah kami miliki. Tanah sudah kami kuasai 100 persen.

Penghentian ini, terjadi hanya karena anggapan sebagian warga bahwa kepala desa mereka tidak jujur. Dana partisipasi yang kami berikan kepada aparat desa, tidak menyentuh kebutuhan masyarakat. Selain selentingan terdengar bahwa, tanah yang kami bebaskan, sedang akan dikuasai developer lain yang lebih mapan. Inilah pertarungan batin yang merisaukan. Tetapi kegiatan harus terus dilakukan, dan kami berangkat dari keyakinan hati, bahwa semua pasti akan selesai dan beres.

Bisnis di bidang perumahan, menurut penulis hanya dapat diikuti mereka yang memiliki mental baja layaknya Maksalmina yang berani memimpin Tamlikha, Martinus, Kastunus, Bairunus, Danimus, dan Yathbunus, dalam lakon penyembunyian diri di sebuah gua yang disebut Ashab al Kahfi. Hal ini, dapat direkam dari jejak pernyataan al Qur'an dalam surat al Kahfi [18]: 1-26, di mana ketujuh pemuda plus satu anjing [Qithmir], harus rela lari dan bersembunyi dari kejaran para penggawa Raja Dikyanus yang sangat kejam.

Bagi saya, kisah ini mengajarkan dengan gamblang, bagaimana visi dunia yang berkeadaban harus dibentuk, meski kita berada dalam suasana yang penuh kemewahan sekalipun. Bisa dibayangkan bagaimana seorang anak senator senior Roma, bernama Maksalmina, yang kemudian menjadi penasihat sebuah kerajaan di Syria, harus rela ke luar dari mimbar penuh kemewahan, menuju suatu lumpur baru yang dianggap banyak kalangan tidak mungkin mampu dikalahkan.

Maksalmina dalam arus tertentu, dapat disebut harus berhadapan dengan dua arus besar, yakni kerajaan yang helenis (penyembah berhala) di satu sisi yang dilakoni Dikyanus dan kerajaannya, dan kelompok Kristen Ortodox yang menganggap Isa sebagai Tuhan, di sisi lain. Ia menganggap bahwa keadilan di kalangan manusia hanya mungkin mampu ditegakkan, jika kita berani menempatkan Tuhan sebagai wujud yang tunggal serta meta empiris. Bisnis properti, di bagian lain, harus tetap yakin bahwa selain Tuhan, tetap dipandang relatif.

Sikap lain yang harus ditampilkan pebisnis perumahan, dapat pula mengambil contoh pada apa yang diperagakan Khidir saat mendidik Musa. Dalam suatu peristiwa, dalam keadaan perut yang sangat lapar, mulut yang sangat haus, makanan dan minuman tidak ada, masyarakat desa di mana rumah itu akan dibangun, tidak ada sedikitpun yang mau memberi makanan dan minuman kepada keduanya. Khidir tetap harus melatih Musa dalam latihan terakhirnya. Khidir tetap meminta Musa untuk bersama-sama dengan dirinya membangun kembali sebuah rumah tua yang hancur berkeping-keping milik dua orang anak yatim piatu yang konon dianggapnya keturunan shalih.

Saat Musa mengusulkan kepada Khidir untuk meminta upah kepada penduduk desa atas kesediaannya menegakkan kembali dinding rumah yang hampir roboh, Khidir tetap menolaknya. Peristiwa ini, direkam al Qur'an Surat al-Kahfi [18]: 82. Kisah ini, menginspirasi para pebisnis perumahan, justru harus berani berinvestasi, dalam situasi apapun perusahaan itu berada. Kondisi perusahaan yang sedang sulit sekalipun, investasi tetap harus dilakukan.

Tubuh kadang dipaksa, bagi mereka yang bergulat dalam dunia properti, bukan hanya sekadar bersimbah di balik Realitas Alami (Tuhan) di malam hari, layaknya Khidir dan Musa melakukannya, tetapi, kadang memaksa untuk membungkuk kepada mereka sekelas RT atau bahkan kepada rakyat jelata di siang hari yang sangat panas atau di tengah guyuran hujan yang sangat deras. Persis juga seperti keduanya yang meminta makanan dan minuman, dengan tidak ada satupun yang memberi pertolongan kepada keduanya. Ini juga yang dialami penulis, dalam fragmentasi cerita awal ketika merintis bisnis properti.

Sekelas pejabat eselon 2, sebetulnya penulis sedikit banyak memiliki relasi yang cukup potensial. Ada bahkan beberapa kawan yang bergulat dalam dunia premanisme, meminta penulis untuk menyelesaikan soal-soal dimaksud, dengan cara

premanisme juga. Teori yang menyatakan dalam suasana sulit, banyak orang menganggap bahwa, jangankan mereka memberi bantuan, kawan dekatpun berkemungkinan akan menghindari dari diri kita, terlebih ketika harus diminta partisipasinya dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi, menjadi terbantahkan.

Pernyataan itu mungkin benar, bahkan sekelas Imam Ali sekalipun, seperti terlihat dalam *Nahjul Balaghah* menyebut bahwa seseorang teman akan terlihat saat diri kita susah. Tetapi, dalam soal-soal dimaksud, penulis tampaknya harus menyatakan: “tidak selamanya” benar, karena ada ruang di mana mereka justru membantu dengan sangat antusias.

Khidir tahu (pebisnis), dan Musa tidak tahu (pedagang), bahwa di bawah tanah di mana rumah itu roboh, ternyata tersedia berbagai peninggalan yang sangat berharga. Di bawah realitas empiris, selalu tersedia ruang dinamik, yang kadang sulit dijangkau panca indera karena bersifat metafisik. Selalu ada ruang yang sesungguhnya lebih besar dibandingkan dengan apa yang tampak. Yang tidak tampak inilah, yang selalu menantang para developer untuk terus bergerak.

Berinvestasi dan Tunda Kesenangan

Alhasil, kembali ke tema Musa dan Khidir, jika rumah dimaksud tidak dibangun, maka, besar kemungkinan kekayaan itu akan dimanfaatkan mereka yang jahat dan zalim. Hal yang sama penulis alami. Mengapa kami tidak melakukan perlawanan? Kami hanya yakin bahwa sesungguhnya Realitas adalah Tuhan dan Dia “bersembunyi” di balik yang tampak.

Kisah ini, sejujurnya juga suka menginspirasi penulis, bahwa saat berbagai kesulitan muncul, bahkan ketika pihak bank mitra mulai sedikit rewel, sementara *cashflow* perumahan terganggu, jangankan melakukan investasi, mempertahankan

yang ada pun rumit. Banyak pihak malah suka memilih untuk melakukan divestasi yang mengandung makna pengurangan atas beberapa aset baik dalam bentuk finansial ataupun barang.

Penulis tidak berdiri di tepian ini. Justru ketika segalanya sedang dalam persoalan yang dipandang rumit, apapun cara dan ceritanya, ketika ada tanah yang dipandang strategis untuk pengembangan perumahan, tanah dimaksud, tetap harus dibebaskan. Kalau tidak, maka, besar kemungkinan tanah tersebut akan diambil orang lain yang tingkat kapitalnya jauh lebih besar dibandingkan dengan modal yang kita miliki.

Inilah saya kira, pengorbanan Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Cirebon yang harus dihormati dengan sempurna kepada kami. Mereka umumnya seperti mengerti, desah napas apa yang sedang kami rasakan. Tanpa mereka menyaksikan sengau napas perusahaan, mereka siap membantunya setiap saat. Saya memuji mereka, meski pujian itu, semoga tetap tulus, karena tidak mungkin mengalahkan pujian penulis kepada Tuhan yang kami imani.

Langkah dan sikap yang demikian, saya kira tidak mungkin dapat dilakukan seorang profesor yang hanya tinggal di menara gading kekuasaan akademik. Kita bahkan seharusnya, berani mengambil risiko layaknya Maksimalina atau Khidir dalam menentukan sikap. Jika boleh disebut, di sinilah sumbangan terbesar penulis dalam konteks bisnis perumahan, yang dipersembahkan untuk dunia nyata dalam bidang ini.

Penulis merasa harus yakin, bahwa sumber utama ilmu itu dunia empiris, yakni alam semesta. Suatu gugusan yang dihadiahkan Tuhan untuk dikaji manusia. Ilmu tidak mungkin diperoleh dengan sempurna hanya dengan cara kita duduk dan membaca berbagai literatur di atas kursi yang empuk dan meja yang mewah. Ilmu harus dipungut dari serpihan-serpihan bumi yang terserak.

Dan ketika penulis memasuki bisnis properti, sesungguhnya yang paling membahagiakan adalah bertemu dengan sebenar-benarnya ilmu, baik sosial, eksakta, humaniora, dan bahkan ilmu supernatural. Karena itu, mengembangkan properti sama dengan mengembangkan ilmu. Relasi teoretis dengan dunia nyata, atau bahkan yang lebih tepat disebut: Teoretisasi dunia nyata. Salah satu bentuk konkretnya, adalah buku yang Anda baca saat ini.

Batah Pikiran Ekstra

Karena itu, bisnis properti, menurut penulis akan selalu mampu menghadirkan atau menyadarkan manusia akan posisinya sebagai makhluk penuh alpa, tetapi juga penuh dosa. Inilah bisnis yang bakal membuat manusia sadar, bahwa sesungguhnya kita adalah makhluk biasa dan jauh dari prasangka untuk disebut elitis atau pantas untuk bersikap sombong.

Hampir tidak ada, mereka yang bergelut dalam bisnis perumahan, yang berperilaku sombong. Bahkan mereka mungkin layak disebut manusia yang paling takzim pada seluruh lapisan sosial karena keseharian mereka selalu berhadapan dengan dunia yang tak mungkin dijangkau mereka yang belum memasuki dunia bisnis ini.

Dalam tata lakon kehidupan sehari-hari, mengurus bisnis properti, persis seperti seorang penggembala yang sehari-hari bekerja, hanya mengurus kambing di tengah hutan yang penuh binatang buas. Model binatang yang dapat dijadikan alasan oleh Ruben, Simeon, Lewi, Yehuda, Dan, Naftali, Gad, Asyer, Isakhar, Zebulon dan Benjamin, ketika Yusuf diminta mereka untuk diajak menggembala ke hutan.

Model binatang yang sempat membuat Ya'kub khawatir, bahwa anak kesayangannya, Yusuf, dapat dimakan binatang buas jika mengikuti saudara-saudaranya ke hutan untuk menggem-

bala. Inilah, setidaknya yang direkam al Qur'an dalam Surat Yusuf [12]: 15-18, meski akhirnya dia juga tidak kuasa menahar Yusuf. Kisah ini, berakhir dengan ketidakpulangan Yusuf, dengan alasan dimakan binatang buas.

Bisnis perumahan, karena itu butuh konsentrasi ekstra karena ancaman selalu datang setiap waktu. Lengah sedikit, puluhan kambing bisa hilang dalam sekejap mata, termasuk barang atau benda yang paling disayangi. Bisnis ini, persis seperti cerita Ya'kub yang menyesal lebih dari separuh perjalanan hidupnya di muka bumi, ketika kehilangan Yusuf. Rasa sesal atas kehilangan anak berharganya, baru berakhir ketika seluruh jiwa raga terpusat dengan cermat. Inilah makna lain, bahwa bisnis ini, jika mengaransemen cerita Ya'kub, adalah ditemukannya kembali anak yang hilang dalam posisi yang jauh lebih membahagiakan. Artinya, jika telaten mengurusinya, maka, keuntungan pasti dan pasti bakal diperoleh.

Mengapa Harus Bisnis Properti

Dalam banyak tatap muka perkuliahan di program pascasarjana yang penulis hadiri, ada di antara mahasiswa bertanya, yang berkisar pada hakikat bisnis perumahan. Misalnya, mengapa keluarga kami berada dalam labuhan perusahaan perumahan? Apa hakikat sebenarnya dari bisnis properti. Harap maklum pertanyaan metafisis itu muncul, karena penulis mengajar mata kuliah Filsafat Ilmu. Namun demikian, secara umum pertanyaan dimaksud muncul ketika tema metafisika menghampiri kajian kami. Mereka umumnya heran, mengapa pengampu mata kuliah Logika, larut dalam dunia bisnis properti yang dalam pandangan mereka sangat empiris.

Sebelum menjawab pertanyaan, penulis sering membawa alam pikiran mahasiswa ke dalam nalar penuh imajinasi. Misalnya, tiba-tiba penulis harus mengatakan bahwa kegagalan apapun

dari hidup kita, sumbernya sebetulnya hanya satu, yakni: gagal mencari makna metafisik dari apa yang dilakukan atau apa yang diperbuat. Inilah yang menyulut mereka mengapa tema semacam bisnis, masuk dalam kajian di dalam kelas.

Bagian ini mendeskripsi hakikat bisnis perumahan dan perbedaannya dengan kegiatan usaha lain. Pertanyaannya, apakah bisnis perumahan sama dengan jualan rumah? Atau, apakah ada unsur lain yang melekat dengan bisnis perumahan yang berbeda secara signifikan dengan bisnis apapun? Apakah terdapat perbedaan mendasar antara pebisnis dan pedagang dalam soal jual beli rumah di bisnis perumahan? Di mana letak perbedaan itu tersedia? Inilah uraian atas sejumlah pertanyaan yang muncul di waktu perkuliahan berlangsung.

Makna Lain Bisnis Properti

Kalimat-kalimat dalam bentuk pertanyaan di atas, secara substantif akan mengajak siapapun untuk merenung. Misalnya mempertanyakan, sesungguhnya apa yang dimaksud dengan bisnis properti? Apakah bisnis properti, sama dengan mencari uang? Atau adakah aspek lain yang jauh lebih substantif dibandingkan dengan hanya sekadar mencari soal uang?

Terhadap dua soal di atas, penulis harus menjawabnya dengan penuh saksama dan Hati-hati. Tetapi sering penulis katakan bahwa, jika segala sesuatu ukurannya uang, maka, riwayat Anda akan cukup pendek dalam mendesain sebuah perusahaan. Bisnis, bukan hanya sekadar mencari uang, bukan soal mencari keuntungan atau bahkan bukan soal mendapatkan kekayaan. Bisnis selalu, menyipkan sejumlah nilai yang jauh lebih substantif dibandingkan dengan hanya membincangkan soal uang.

Jika Anda termasuk di antara orang yang berusaha untuk memahami makna hakikat misalnya, maka, kata dimaksud harus dimaknai homonim. Alasannya, karena secara langsung mengkaji sesuatu di luar batas-batas yang bersifat fisik dan empiris atau apalagi materiil. Kata dimaksud memiliki makna yang berbeda, meskipun menggunakan lafal atau ejaan yang sama. Jika lafalnya sama, maka, ia disebut homofon (contohnya nama bulan dan satelit), tetapi jika yang sama adalah ejaannya, maka disebut homograf.

Homonim, selalu memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Hakikat, dalam terminologi ini, selalu memiliki nomina (benda berwujud) atau kata benda sehingga hakikat dapat menyatakan sesuatu. Misalnya, menyebut nama seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

Namun demikian, hakikat selalu merujuk pada sesuatu yang bersifat mendasar dari realitas yang tampak. Jika Anda menyebut nama Cecep Sumarna tidak dalam pengertian hakikat tadi, maka, saya sama dengan siapapun, termasuk dengan orang gila. Sosok manusia, yang memiliki seonggok tubuh dengan alat-alat yang terkandung dalam tubuh secara biologi. Namun ketika Anda menyebut nama Cecep Sumarna dalam pengertian hakikat, maka, ia bukan hanya sekadar seonggok tubuh, tetapi sejumlah instrumen yang tidak tampak secara fisik tetapi melekat secara substansial.

Bisnis properti juga sama. Hakikat bisnis properti, berarti mengajak kita untuk mendalami dimensi metafisik, bukan pada sesuatu yang fisik, dari kegiatan usaha properti, termasuk terhadap apa yang disebut dengan keuntungan. Kalimat di atas, penulis percaya sulit dimengerti. Namun harus dijelaskan ulang bahwa dalam pengertian dimaksud, dimensi metafisis yang jika sedikit teoretis, penulis sering menyebutnya dalam pendekatan filsafat dengan kata substansi. Bisnis properti, harus mampu menangkap gejala atas makna di balik yang tampak. Dicarilah

substansi tertinggi dari kegiatan bisnis ini agar Anda menjadi paham mengapa kita harus berbisnis perumahan.

Inilah suatu kajian mendalam atas cabang filsafat yang mendorong terjadinya proses analitis atas hakikat sesuatu yang bersifat fundamental mengenai keberadaan dan realitas yang menyertainya. Menilai sesuatu, yang secara empiris, nyata namun makna sesungguhnya jauh atau bahkan bertentangan dengan yang nyata secara fisik.

Kajian semacam ini, umumnya berporos pada pertanyaan mendasar mengenai keberadaan dan sifat-sifat yang meliputi realitas yang dikaji. Tentu karena kajian di sini bisnis perumahan atau bisnis properti, maka, kajian yang dimaksud adalah hakikat dari bisnis perumahan.

Jika bisnis properti disamakan dengan jual beli rumah, yang berujung pada perhitungan seberapa banyak keuntungan materiil dapat diperoleh, maka, martabat Anda turun menjadi marketing, atau maksimal menjadi agen penjual rumah. Jika situasi ini, benar-benar menghinggap, maka, Anda akan mudah terkena badai, atau pada suatu waktu akan berhenti di bisnis ini dengan kondisi yang sangat mengerikan.

Bisnis properti, menurut penulis, berbeda dengan jualan rumah, meski kegiatan jual beli rumah dimaksud, tersedia di dalamnya. Bisnis properti bukan hanya sekadar mencari keuntungan, meski keuntungan pasti diperolehnya. Jika bisnis properti disamakan dengan jual beli rumah, atau hanya sekadar mencari keuntungan, maka, berarti Anda sedang menurunkan

martabat atau wibawa Anda sebagai pebisnis. Anda menjadi marketing rumah atau maksimal menjadi agensi rumah.

Hal lain adalah, jika Anda menyamakan bisnis properti hanya dengan memperoleh keuntungan materiil, maka, Anda sedang menjerumuskan diri dalam posisi sebagai pedagang. Kegiatan ini, akan menuntut Anda menjadi pebisnis yang meletakkan keuntungan dalam jangka waktu yang sangat panjang, atau bahkan mungkin Anda tidak menikmatinya.

Nilai Metafisik Bisnis Properti

Kegiatan usaha dalam apa yang disebut bisnis properti, lebih dari hanya sekedar jual beli rumah atau lebih hanya sekedar menghitung keuntungan. Ia dalam banyak kasus menjual sesuatu yang nilainya tidak mungkin mampu ditangkap pancaindera. Ia bukan hanya sedang menjual sebuah bangunan yang terdiri dari batu, besi, bata, semen, kayu, dan berbagai benda lain yang kemudian membuncah menjadi bangunan, tetapi, kegiatan ini sesungguhnya adalah menjual ide, dan menjual *values* yang tidak tampak. Nilai dari sesuatu yang tidak tampak itu, akan jauh lebih mahal dibandingkan dengan nilai yang tampak. Anda tentu pusing mendengar kalimat-kalimat saya semacam ini. Tetapi itulah hakikat bisnis perumahan.

Lebih lanjut saya menyatakan bahwa bisnis properti dalam kasus tertentu, bahkan mirip seperti pembuat lukisan. Jika lukisan dinilai dari modal barang dan modal dari alat yang dibeli dan digunakan, maka, setiap karya seni lukis, selalu tak mungkin mampu menjual harga lukisannya dengan cara yang ideal. Mengapa demikian? Karena karya seni lukis yang dijual, lebih dari hanya sekedar soal benda-benda yang menempel pada lukisan dimaksud, dengan harga tentu saja sangat murah. Mereka yang mendesain lukisan itu, akan memperoleh imbalan

yang jauh lebih besar pada dimensi substantif yang tidak tampak. Itulah mengapa soal seni lukis, dalam kajian filsafat ilmu, masuk dalam apa yang disebut dengan aksiologi. Inilah yang menyebabkan harganya menjadi sulit diukur.

Jadi, jika ada yang bertanya, mengapa lukisan itu mahal? Mahalnya, bukan karena barang dan alat yang digunakan, tetapi, dimensi metafisik yang terkandung dalam karya seni yang didesain pelukis. Mereka yang mampu menangkap gejala metafisik dimaksud, hanya mungkin dilakukan manusia yang mendesain lukisan tersebut, atau mereka yang ahli dalam bidang seni atau mereka yang memiliki kemampuan menangkap segala gejala yang lahir karenanya.

Dalam bisnis perumahan juga sama. Jika ada orang kampung misalnya melihat rumah yang ukurannya hanya 6 X 6 (36 m²) dengan luas tanah hanya 72 m², mereka pasti akan mengatakan bahwa rumah itu mahal. Orang kampung akan menilai harga Rp 130 juta (untuk FLPP), atau bahkan di atas 200 juta (komersil), patut dianggap berlebihan. Rumah yang kecil dengan harga yang demikian mahal, tentu menjadi tidak menarik bagi orang kampung tadi, karena mereka menganggap bahwa membangun rumah seluas itu, di kampung mereka, mungkin hanya merogoh saku tidak lebih dari 40 persen dari rumah yang mereka buat.

Pertanyaannya, mengapa menjadi mahal? Yang mahal itu, bukan benda-benda yang menempel pada rumah, tetapi, pada nilai metafisik yang sangat tidak tampak. Yang demikian, tentu saja hanya dapat dipahami oleh mereka yang memahami dunia perumahan. Banyak nilai yang tersimpan di balik harga sebuah rumah yang dianggap orang kampung itu sangat mahal.

Properti Bukan Hanya Soal Jual Beli

Melalui narasi di atas, penulis akhirnya menyimpulkan bahwa kita hari ini butuh pemahaman yang utuh tentang makna bisnis perumahan dan mengapa akhirnya saya berlabuh di sini. Mengapa? Sebab, pemahaman ini akan berdampak pada lahirnya cara pandang yang utuh akan hakikat dari bisnis perumahan itu sendiri.

Oke, mari kita awali dari cara kita dalam menerjemahkan kata bisnis. Bisnis, secara bahasa, diambil dari kata *bussiness* (*Busy*/Bahasa Inggris), berarti sibuk. Mengapa pebisnis tidak disandingkan dengan kata *merchant* (pedagang) atau istilah lain yang sejenis. Ternyata, karena pedagang dan pebisnis berbeda. *Mindset* keduanya, meski sama-sama mencari keuntungan dari hasil jual beli, tetapi posisi antara keduanya berbeda. Perbedaan itu bahkan sangat mencolok, terlebih jika titik tekan analisisnya menggunakan pendekatan filsafat, dalam kajian tertentu di bagian metafisika.

Pedagang, umumnya meletakkan titik gerak usaha, pada hasil atau keuntungan yang bersifat instan dan langsung dapat dirasakan. Pedagang akan selalu gelisah ketika barang yang dia beli tidak segera habis terjual. Sedangkan pebisnis tidak demikian. Bayangkan, jika Anda melakukan investasi dalam bisnis perumahan di tahun 2018, sangat mungkin Anda baru akan menikmatinya di tahun 2025.

Watak lain dari pedagang adalah karakternya yang selalu mengambil selisih antara pembelian (modal) dan penjualan barang yang dia perjualbelikan. Selisih antara modal yang dikeluarkan dengan uang yang mereka hasilkan, dapat langsung dimanfaatkan atau dapat langsung dirasakan mereka yang melakukan kegiatan usaha. Yang demikian, sekali lagi namanya pedagang, bukan pebisnis. Menjadi pedagang, siapapun, menurut saya pasti bisa

dan dapat melakukannya. Tetapi menjadi pebisnis, pasti sulit.

Mindset itulah kata kunci perbedaan antara pedagang dan pebisnis. *Mindset* adalah sikap yang ditetapkan seseorang karena paradigma yang dianutnya. Secara teoretis, konsep ini sudah lama mapan dalam pola pikir keilmuan abad pertengahan dan bertahan sampai saat ini dan ditiru banyak manusia modern.

Mindset pebisnis, menurut penulis berbeda dengan pedagang. Hasil atau keuntungan para pebisnis, diletakkan dalam waktu yang berjangka panjang, meski keuntungannya cenderung lebih besar dan cenderung selalu naik. Ciri pebisnis yang demikian, biasanya hanya dapat dilakukan mereka yang memiliki visi atau cita-cita yang jauh dan hampir tidak terjangkau oleh pola pikir manusia biasa. Keuntungan tidak diupayakan untuk diperoleh secepat mereka yang berprofesi sebagai pedagang. Mereka meletakkan keuntungan dalam waktu yang tidak terbatas, bahkan sangat mungkin dia tidak pernah menikmatinya. Mari coba perhatikan hadits Nabi berikut ini.

“Jika Anda tahu besok akan mati, maka, tanamlah sebuah pohon, meskipun buah dari pohon yang Anda tanam itu, mungkin tidak akan pernah Anda nikmati.”

Menurut saya, hadits ini, mengajak umat Islam untuk mau menjadi pebisnis, bukan membuat umat Nabi revolusioner sebagai pedagang.

Visi yang dipengaruhi *mindset* itulah, kata kunci dan sekaligus pembeda antara pedagang dan pebisnis. Pebisnis selalu dituntut mampu merencanakan sesuatu yang tidak berguna agar menjadi berguna. Sesuatu yang tidak berharga menjadi sangat berharga. Ketika dia menemukan sesuatu yang bahkan dinistakan banyak

orang, pebisnis malah menjadikannya sebagai sesuatu yang mengagungkan. Pebisnis butuh waktu untuk mendapatkan untung. Ia memerlukan perjuangan yang relatif kompleks dan *rigid*. Karena itu, pebisnis lebih bersifat investatif. Mari kita lihat fragmentasi sahabat besar Nabi Muhammad berikut ini.

Pada suatu hari, di Kota Medinah terjadi kekeringan yang sangat luar biasa. Keadaan ini menyebabkan masyarakat, kesulitan mendapatkan air, bahkan untuk sekadar minum. Di waktu yang sama, seorang Yahudi memiliki sumber air yang bukan saja bersih, tetapi juga melimpah. Ia memanfaatkan situasi itu dengan menjual air kepada penduduk Medinah dan umat Islam dengan harga yang cukup mahal. Maklum dia seorang pedagang yang selalu memanfaatkan momentum kelangkaan suplai ketika berhadapan dengan permintaan yang tinggi. Akibatnya, harga air menjadi sangat mahal dan umat Islam hampir sulit mendapatkannya.

Melihat gejala dimaksud, Utsman bin Affan mengambil inisiatif untuk membeli sumber airnya itu, dengan harapan umat Islam dapat terpasok kebutuhan air dengan sempurna. Ia menawarkan untuk membeli sumber air itu dengan harga yang sangat fantastik. Hanya sayang pemilik Yahudi itu tidak memberikannya. Berbagai langkah ditempuh Utsman, hasilnya tetap sama. Nihil.

Sampai kemudian, Utsman meminta pembelian sumur dimaksud dengan harga hampir dua kali lipat dari harga yang seharusnya. Tetapi sekali lagi, orang Yahudi itu tetap menolaknya. Akhirnya, Utsman bin Affan meminta untuk berbagi waktu dalam penjualan air dengan kompensasi tertentu kepada Yahudi. Tawaran ini disetujui dan Utsman membeli untuk kepentingan sehari dengan menjualnya kepada umat Islam dan sehari berikutnya, si Yahudi melakukan hal yang sama. Ia diberi kesempatan untuk menjual airnya kepada umat Islam di hari berikutnya.

Metode dan Teknik Memasarkan Rumah

Catatan Getir Marketing Nasintama di Bank

Live musik dangdut, pop, jaz, dan rock terus mengalun. Alunan musik dimaksud terasa syahdu mengiringi para pengunjung yang demikian merayap memadati arena BTN Expo. Meski malam terus melaju dengan suasana sedikit temaram, gairah penyanyi dan para pemain musik tetap tidak surut. Penonton *live music* itu adalah para eksekutif dan pengusaha, saya yakin, mereka rata-rata orang kaya. Paling tidak mereka yang sedang berhasrat menjadi manusia kaya. Iringan musik itu kadang dialunkan dengan suasana penuh kesyahduan. Nyanyian yang mampu mengaduk rasa dalam keceriaan dan kesyahduan secara bersama. Di waktu yang juga sama.

Suasana malam itu, terasa begitu memesona dan kadang membuat hati teriris karena melankolis. Lampu-lampu malam terus berkilauan di sekitar panggung sebuah bank yang tidak asing bagi pebisnis properti. Sebuah bank yang berpengalaman dan membuat dirinya menjadi idola banyak pemain properti, Itu Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Cirebon.

Hilir mudik para penyanyi naik dan turun dari panggung. Sesekali, suara merdu mereka memanggil orang yang saya kira, pasti hebat. Mereka disuruh naik ke panggung agar berkenan menyanyikan atau bahkan hanya sekadar menemani penyanyi untuk berjoget dengan mengibarkan uang berwarna merah atau minimal biru.

Bos Gono atau Bos Yayat Sawi, sering dipanggil pembawa acara atau penyanyi yang sedang menyenandungkan lagu istimewa. Mereka kadang menyanyikan lagu kesukaannya dengan cara yang penuh wibawa, meski dengan suara yang sedikit pas-pasan dan cenderung dipaksakan. Jika mereka menolak menyanyikan lagu dimintalah untuk menemani para penyanyi yang molek untuk berjoget.

Sejujurnya sempat menggerutu di hati, mengapa misalnya pembawa acara tidak memanggil nama saya. Dalam batin aku berkata: "Aku ini dulu penyanyi remaja. Lagu-lagu pop atau jazz era 1990-an hampir hafal semua. *Insy Allah* suaranya lebih merdu daripada suara mereka. Meski aku tak bisa bernyanyi lagu dangdut, tentu sebagaimana para bos properti itu menyanyi, tetapi lagu-lagu hit pop atau jazz era 90-an, masih lekat di kepalaku. Aku berpikir untuk menyanyikan lagu *When The Smoke Is Going Down* dari Scorpions, *Everything is Possible*-nya Jen Bricker atau menyanyikan lagu *Sakura* milik Fariz RM.

Para pegawai BTN umumnya memakai batik dan tidak sedikit yang memakai seragam BTN. Mereka duduk berkumpul relatif jauh dari pentas panggung. Kepala Cabang BTN Cirebon, Mas Pandu yang memiliki gaya tipikal hangat kepada semua

tamu, tetap duduk dalam kewibawaannya sendiri. Saat itu saya hampir tergoda untuk mendekatinya, paling tidak untuk berkenalan. Tetapi betapa sulitnya saya mencari momentum. Sejujurnya, keinginan tampil itu, hanya untuk menjadi pembuka bagi hasrat saya untuk mendekati kepala BTN dimaksud. Dalam hati, mereka pasti terpana jika aku menyanyikan lagu *Everything is Possible*.

Namun ternyata, niat itu kembali diurungkan. Penulis merasa tidak ada sesuatu yang layak atau membuat penulis merasa pas untuk berbicara dengannya, khususnya terkait dengan bisnis perumahan. Siapa aku sebenarnya dalam bisnis ini? Akhirnya, penulis kembali bersimbah di balik sudut galeri perumahan kami yang sederhana. Penulis sadar bahwa forum dimaksud bukan parade menyanyi. Adapun ketika mereka menyanyi, lebih pada upaya untuk membebaskan diri masing-masing dari berbagai beban yang menimpa dinamika harian mereka tentu bersamanya dengan dinamika perusahaan mereka.

Gadis-gadis muda dengan tampilan fisik yang kadang memukau, dengan celana pendek dan baju ketat, hilir mudik masuk dan keluar dari galeri perumahan mereka, ke stan yang semakin malam tampak semakin romantik.

Sekelebat sosok rambut putih dengan fisik yang perlente dan kemudian sering disebut Papih atau agak sedikit gempal dengan kulit agak cokelat, bernama Gunadi, berkumpul dengan tawa kecilnya yang khas. Rupanya mereka adalah pengurus REI Komisariat Cirebon. Kelompok ini, kelihatan sangat berwibawa meski penampilan mereka tetap terkesan bersahaja. Mana aku berani duduk dekat dengan mereka. Dan aku tetap dipaksa termangu di sudut galeri perumahan yang kami punya.

Hujan rintik terusturun membasahi bumi. Pelataran Gedung Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Cirebon menjadi sedikit lembab bahkan becek. Hanya sepatu sport dan celana pantolan

yang tampaknya cocok untuk digunakan. Iringan musik itu terus melaju tak terbendung air hujan. Suara nyanyian yang kadang mendayu membuat siapapun akan merasa berada dalam titik kebahagiaan yang sempurna dan membawa pikiran ke alam masa remaja masing-masing di antah berantah.

Lain dengan mereka, kami bersama seluruh kru perusahaan malah tetap tinggal di galeri kami. Perut dari tim marketing meski sudah terisi makanan namun karena hujan membasahi apapun yang ada pada mereka tampak mulai kelihatan lapar kembali. Mereka diam dalam tenda bukan saja karena tidak ada panggilan dari mikrofon di atas panggung, tetapi juga memang mereka sama sekali tidak mengenal kami, dan kami juga sama, tidak mengenal mereka.

Itulah malam terakhir dari sebuah kegiatan yang sejujurnya semakin membuat kami terasa menyedihkan. Iringan musik dan berbagai acara yang dihelat kegiatan itu, membuat kami, sejujurnya malah ciut. Banyak nama perumahan, pemilik perumahan, perusahaan tertentu sering dipanggil naik dan turun panggung telah membuat hati kami semakin kecut.

Sekali lagi, tidak ada satupun, suara mikrofon yang memanggil salah satu dari marketing kami atau apalagi pemilik perusahaan untuk maju ke podium. Bisa dimengerti mengapa panggilan itu tidak ada. Sebab saat itu, kami belum dikenal atau memperkenalkan diri sama sekali. Kami menjadi bagian terkecil atau bahkan hanya menjadi atom yang menjadi serpihan dari sel tubuh makhluk hidup.

BTN Expo Membuat Kami Harus Berubah

Kisah Oktober 2012, menjadi pengalaman tersendiri buat perusahaan kami. Kami bingung, apa momen itu harus dipandang getir, membahagiakan, atau layaknya sirkus yang patut menjadi

bahan tetawaan. Yang pasti, itulah kenangan terindah yang hampir sulit dilupakan dalam sejarah dunia perumahan kami.

Dari momen yang sangat bersejarah dimaksud, kami sesungguhnya mulai belajar tentang sesuatu. Belajar mengenai bagaimana seharusnya sebuah perumahan dipasarkan dan bagaimana impian semua awak perumahan harus digapai. Malam terakhir dari kegiatan BTN Expo yang diikuti semua developer, penulis kira itu kegiatan istimewa. Suatu momen yang secara filosofi sebenarnya telah menyambungkan hati para developer untuk saling terpaut satu sama lain. Belajar bersama dan berbagi perasaan dan pengalaman dalam memasarkan rumah antartim marketing dan berbagai cara bagaimana modal sebuah perusahaan harus dimiliki, tentu antar *owner* perusahaan.

Kegiatan semacam itu, menurut penulis wajib diikuti oleh tim marketing. Mereka diperkenalkan secara tidak langsung oleh bank yang penulis kira, tidak ada bank sehandal BTN dalam memayungi, memberi jalan keluar atas berbagai persoalan yang dihadapi pengusaha perumahan, termasuk tentu terhadap kami yang menjadi pemain baru dalam mengelola bisnis ini.

Ini lah momen dan sekaligus media perkenalan perumahan kepada masyarakat luas yang paling pas. Harapan itu juga membunch pada awak perusahaan kami, khususnya pada marketing yang bekerja dengan sangat luar biasa, namun karena keluguannya, mereka berada dalam titik tertentu, untuk sedikit banyak, galau kalau bukan gelisah.

Jika para developer sewilayah III Cirebon, menyajikan ragam promo kepada semua masyarakat yang butuh rumah, kami tidak. Mengapa? Karena kami bingung. Apa yang harus dipromokan dan bonus apa yang harus kami berikan. Tetapi dari sinilah kami belajar banyak.

Tidak kurang dari 70 jongko disediakan BTN Cabang Cirebon untuk para developer yang bergabung dengannya, membuat kami dalam konteks tertentu, meski membuat kesan

kami menjadi ciut, tetapi dari situlah kami harus bangkit. Relasi pada developer lama dengan konsumen yang mungkin sudah menggurita patut dianggap berpengalaman dalam mengelola bisnis properti dan karenanya kami wajib belajar. Sementara itu, kami tahu ada BTN Expo pun baru saat itu. Akhirnya, kegagahan awak perusahaan kami di acara tersebut, ciutnya minta ampun.

Tidak ada satupun pegawai apalagi pejabat BTN Cirebon yang kami kenal. Begitupun kami sebaliknya. Delegasi penuh yang diberikan kepada Direktur Umum Perusahaan kami (Ana Liana) untuk mengatur segala sesuatunya, termasuk Perjanjian Kerja sama (PKS) dengan pihak bank, memungkinkan kami, satu sama lain tidak saling mengenal.

Jangankan nama Cecep Sumarna, nama dengan imbuhan kata Profesor, pun tak mampu terdongkrak untuk muncul ke permukaan. BTN Expo menyadarkan kami, bahwa keterkenalan seseorang selalu akan dibatasi pada ruang dan waktu yang sangat terbatas. Penulis dipuja dalam kultur dan media tertentu ternyata nol untuk urusan keperumahan dan bahkan tidak dikenalnya sama sekali.

Di suatu malam atau bahkan di malam-malam selama kegiatan itu berlangsung, yang terus menerus diselimuti embun yang timbul karena hujan yang selalu turun, seperti membenamkan semua impian kami. Hujan yang kadang deras meski tidak sedikit waktu di mana hujan turun secara lambat. Tetapi apapun itu jenis hujannya, yang pasti di sekitar jongko menjadi kotor dan tanah berubah menjadi lembek.

Ribuan orang yang datang ke tenda-tenda developer lain, sekali lagi membuat kami harus belajar banyak. Tersaksikan dengan sempurna bagaimana para konsumen datang dan memburu produk-produk rumah yang ditawarkan masing-masing developer. Hanya sayang, tenda kami tetap jarang sekali dihampiri tamu. Mereka tidak kenal dengan apa yang disebut

Nusa Indah Pratama dengan kawasan perumahan yang saat itu—baru satu—yakni Cempaka Wangi Regency. Anak-anak marketing mulai ciut dan hampir kehilangan energi.

Marketing kami, malah tampak bingung, dan cenderung celangak-celinguk. Bagaimana misalnya harus meyakinkan bahwa produk perumahan kami layak huni dan harus dipandang strategis oleh mereka yang membutuhkan rumah. Semua marketing meski berpendidikan sarjana adalah pemain baru dalam dunia marketing perumahan. Momen inilah yang membuat kami bangkit.

Anggapan Brian Tracy (2007), yang menyebut rumusan hukum keyakinan dengan kalimat: “Apapun yang Anda percayai, dengan penuh keyakinan, akan menjadi kenyataan”, telah mematri dalam jiwa kami. Membekas dalam seluruh jiwa dan perasaan yang tersedia. Keberhasilan akan digapai dengan sempurna, jika fase ini justru mampu dilewati.

Penting Tetap Percaya Diri

Begitu kegiatan usai, tim marketing datang ke kantor dan tidak sedikit yang pulang ke rumah. Mereka lemas karena tidak ada satupun unit rumah yang *sold out* alias berhasil dijual habis ketika pameran berlangsung. Saya sendiri melihat daftar tamu yang berkunjung ke tenda kami yang bersifat independen, bukan kerabat, dan bukan kawan yang disuruh datang, tidak lebih dari 4 orang. Padahal waktu dihabiskan selama kurang lebih satu minggu. Sementara, jika Anda melihat daftar tamu ke developer lain, jumlahnya akan sangat mengagetkan. Ratusan bahkan ada yang ribuan. Jumlah rumah terjual pun cukup banyak.

Apa yang dikatakan kepada mereka saat situasi marketing kami dalam kebimbangan akut: Entrepreneur termasuk Anda yang sedang menjalani usaha di bidang marketing perumahan,

akan selalu menyalahkan diri sendiri. Dan itu saya senang, karena Anda mengakuinya. Wujud diri kita yang terbentuk dalam kumpulan karakter seperti pikiran-pikiran rumit, mengutip Tracy (2007), akan tercampur dengan sendirinya dalam sejumlah perasaan, sikap, keinginan, kumpulan kesan, ketakutan-ketakutan sekalipun semu, harapan-harapan yang sulit dicapai, ambisi yang penuh keraguan, menyatu dalam elemen yang sama dalam tubuh Anda hari ini.

Senang atas sikap Anda yang menyalahkan diri sendiri itu, selain karena waktu Anda tidak dihabiskan untuk menyalahkan orang lain, juga itulah watak yang sesungguhnya dari seorang entrepreneur. Inilah yang akan membuat Anda semakin dewasa dan percaya sepenuhnya kelak perusahaan kitalah yang bakal tetap bertahan. Karena dari situlah keseimbangan diri akan terbentuk dengan baik.

Keadaan yang dilewati dalam beberapa bulan terakhir akan menyadarkan kita, bahwa manusia tidak mungkin disebut sempurna atau berada dalam kesempurnaan. Kesempurnaan adalah milik Tuhan. Karena manusia menjadi makhluk Tuhan dan bukan menjadi Tuhan maka, ia pasti memiliki kelemahan dan keterbatasan. Hari ini kita akan berjalan menuju suatu titik yang dipandang orang lain sempurna, meski saya percaya kesempurnaan itu tidak akan pernah dimiliki kita.

Sabar dan tulus, itulah kunci berikutnya. Belajar dan memanfaatkan sumber-sumber empiris yang dihadiahkan Tuhan kepada Anda, harus dipandang sebagai jalan keluar atas situasi yang menghinggapi Anda. Meski Anda mengakui memiliki kesalahan, kesalahan itu sejatinya terletak pada diri saya. Tidak ada sedikitpun kesalahan pada diri Anda semua. Jika Anda tetap mampu menjaga diri dan terus menerus meminta pertolongan Allah, saya kira, kita tidak akan terlalu lama untuk bangkit.

Berdoalah kepada Tuhan, karena Dia sesungguhnya, Maha Mendengar setiap jeritan hambanya, Al Fatihah [1]: 5.

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk', Al Baqarah [2]: 45

Dalam ayat lain, Allah berfirman: "Hai orang-orang yang beriman! Mintalah pertolongan untuk mencapai kebahagiaan akhirat (dengan jalan bersabar) taat melakukan ibadah dan sabar menghadapi cobaan (dan mengerjakan salat) dikhususkan menyebutkannya disebabkan berat dan berulang-ulang (sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar) artinya selalu melimpahkan pertolongan-Nya kepada mereka". Al Baqarah [2]: 153

Meyakinkan dan membuat mereka kembali percaya diri ternyata bukan perkara mudah.

Terhadap situasi itu penulis tidak ingin memperparah keadaan dengan melemahkan mereka.

Saya hanya ingin meyakinkan bahwa Anda semua sarjana, kapabilitas Anda hebat, dan integritas Anda tidak diragukan. Jadi, Anda

telah hampir lulus dalam ujian dan jika Anda konsisten terus berusaha, Anda akan menjadi marketing yang handal. Jika Anda berhenti saat ini, atau melemahkan diri karena situasi yang dihadapi maka Anda akan menyesal, sebab selangkah lagi keberhasilan itu akan Anda peroleh.

Mulai dari Diri dan Keluarga

Entah mengapa ketika mulut penulis meluncur menasihati hal yang demikian, tiba-tiba saya teringat nasihat bapak kami. Pernah suatu hari, Bapak bilang, bahwa jika Anda ingin menjadi marketing handal, maka caranya sangat mudah. Cara itu adalah: Stop membeli, Belajar menjual, dan Belajar dibeli.

Saya bilang kepada mereka, Ya kita sekarang memulai dari sesuatu yang benar-benar baru. Bergerak dari diri, keluarga, dan seluruh orang yang dekat dengan kita. Sadari sepenuhnya, bahwa kita belum dikenal orang. Hanya kita dan keluarga kitalah yang mengenal kita. Mari kita mulai dari sesuatu yang sangat dekat dan dari sesuatu yang sangat sederhana.

Mari kita coba gunakan teori lama bapak kami, yang rumusannya, menghentikan mereka membeli rumah dari orang lain, tetapi, belajarliah untuk membeli rumah. Kelak suatu hari, saya yakin rumah akan dikejar untuk dibeli orang. Hampir sebulan, teori itu bolak-balik kami lakukan. Mencoba dan mencoba. Tidak lelah dan tidak putus asa terus bekerja. Hasilnya, perlahan namun pasti, akhirnya banyak rumah kami *sold out* juga.

Lupakan kegagalan kita di BTN Expo. Itulah ketika untuk pertama kali, penulis bicara dengan manager marketing kami, Ade Abdullah. Anda harus benar-benar melupakan bahwa seolah-olah kegiatan itu tidak pernah ada. Mari kita memulai sesuatu yang baru. Caranya dengan mendatangi keluarga dekat yang menurut kita *Bankable*. Mari temukan butiran-butiran mutiara di sekitar kita, bahkan mungkin di rumah kita sendiri.

Untuk soal semacam ini, penulis bercerita tentang sebuah kisah yang narasinya berikut ini.

Suatu hari, di Baghdad ada seorang saudagar kaya raya yang sangat terkenal. Hanya sayang, dia dikenal sombong dan suka memamerkan kekayaannya kepada orang lain. Belum selesai suatu barang mewah dia beli, dia sudah menawarkan barang lain untuk dia beli juga. Kerjanya tidak ada yang lain, kecuali membeli segenap hal yang dia suka, meski mungkin dia tidak membutuhkannya.

Pada suatu malam, datanglah seorang kiai khas (sufi) ke rumahnya. Dengan sangat sopan, Sang Sufi datang dan siap mendengarkan wejangan-wejangan ekonominya. Di waktu yang sama, saudagar kaya raya itu, tetap saja menunjukkan sikap kesombongan termasuk kepada kiai yang alim itu. Entah karena jengkel atau karena ingin menguji, sang Sufi berkata:

"Ali Baba ... kekayaanmu belum seberapa dibandingkan dengan intan hitam yang terdapat di sebuah belahan bumi. Satu kepal intan hitam, mungkin akan membuat harta Anda hanya 1/25 dari nilai intan itu."

Ali Baba tentu terkejut, lalu dia penasaran. Akhirnya dia memutuskan untuk mencari intan dimaksud.

Esoknya ia menggadaikan barang-barang yang dia punya. Setelah hari itu dan seterusnya, waktu Ali Baba dihabiskan untuk mencari intan hitam sebagaimana Sang

Sufi menceritakan kepadanya. Tetapi intan itu, tetap tidak diketahui dan tidak ditemukan. Ribuan kilo telah dia tempuh, hasilnya tetap nihil.

Akhirnya ia menjual semua kekayaannya sampai habis. Ia telusuri ke berbagai sudut negeri. Menurut cerita, konon bahkan sampai ke Indonesia Timur, yang saat ini disebut dengan Irian Jaya. Tetapi usahanya selalu nihil. Sampai akhirnya, semua kekayaannya habis terjual dan membuatnya putus asa. Akhirnya, bunuh diri di sebuah laut di Faris dengan hanya menyisakan kolor compang-camping yang dia pakai.

Menarik untuk diceritakan, tanah yang dia jual, tiba-tiba pada suatu waktu mengalami kekeringan hebat. Aliran sungai terhenti dan tidak ada sedikitpun air mengitarinya.

Pada suatu malam, pemilik tanah baru, yang membelinya dari pencari intan itu, berkeliling pada kebun yang dibeli dari Ali Baba. Ia terkejut menyaksikan ada cahaya yang sangat terang yang keluar dari titik tertentu di sungai yang mengitari kebunnya. Ia menghampirinya dan ternyata, sebongkah batu. Ia membawanya pulang dan tidak mengerti bahwa barang itu, adalah batu berharga. Ia menyimpannya di sebuah tempat di sudut rumahnya

Beberapa lama kemudian, Sang Sufi kembali datang ke rumah Ali Baba. Ia mencari Ali Baba tetapi tidak ada. Sang Sufi mendapat penjelasan dari pemilik kekayaan baru Ali Baba, bahwa Ali Baba mencari semacam harta qarun. Sang sufi kelihatan sedih.

Sekelebat Sang Sufi melihat ada cahaya yang terang. Ia mendekatinya, ternyata itulah barang yang dicari Ali Baba. Benar juga benda itu, telah membuat pemilik tanah kedua menjadi sangat kaya raya. -Anonim—

Saya dan teman-teman akhirnya, merasa bahwa jika pembeli rumah itu intan hitam, maka, konsumen perumahan kita sesungguhnya ada di sekitar diri kita. Kita akhirnya,

me-mapping saudara-saudara kami sendiri dan paling jauh keluarga dekat seluruh pegawai kami yang berada di Kota dan Kabupaten Cirebon. Hasilnya cukup lumayan. Terjuallah kurang lebih 25 unit rumah hanya dalam 2 bulan. Inilah yang telah menghantarkan perusahaan kami ke arah pertumbuhan yang lebih dinamis.

Konsumen Adalah Raja Diktator

Sekalipun memiliki hubungan pertalian darah dan persahabatan, dalam konteks sebagai konsumen, mereka tetap harus dilayani layaknya konsumen umum. Mengapa? Agar secara mental mereka terpuaskan. Mereka harus tetap dipandang sebagai konsumen yang diibaratkan sebagai raja yang diktator.

Salah jika berpikir bahwa raja yang diktator, sedikit memiliki pengikut setia. Fakta menunjukkan bahwa raja diktator selalu memiliki jumlah penggawa yang lebih setia dibandingkan dengan raja yang demokratis. Anggap saja, mereka semua sama. Raja diktator yang memiliki pengikut setia. Inilah bagian lain yang menjadi pegangan, dan karena ini pula perumahan kami mulai dikenal.

Dari situlah, kawasan perumahan sedikit demi sedikit mulai banyak dikunjungi, meski kebanyakan terdiri dari keluarga kami. Tetapi dari situlah, penulis malah menemukan teori baru dalam konteks pemasaran produk dalam apa yang disebut dengan koloni kemanusiaan.

Teori ini, membenarkan asumsi lama yang menyebut bahwa secara historis manusia selalu dan saling memengaruhi satu sama lain. Tidak ada manusia yang benar-benar independen dan tidak bergantung sama sekali kepada orang lain. Hal ini diakibatkan karena adanya *social need* (kebutuhan sosial) antar sesama manusia. Tujuannya agar mereka dapat hidup bersama.

Dalam teori ilmu sosial, hal ini disebut dengan makhluk sosial yang diprakarsai jauh hari oleh Aristoteles dengan sebutan *zoon politicon*. Suatu kalimat yang menyimpulkan bahwa, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi satu sama lain untuk menggapai suatu tujuan.

Pengelompokan manusia, didasari karena kesamaan ciri atau kepentingan bersama. Misalnya, orang kaya cenderung akan berteman dengan orang kaya, pedagang memiliki kecenderungan bertemu dengan pedagang, ASN bergaul bersama ASN, tentara dengan tentara, dan polisi dengan polisi. Inilah yang disebut dengan koloni.

Ada dua hal yang selalu dibutuhkan manusia dalam membangun koloni kemanusiaan. *Pertama*, diwujudkan dalam bentuk komunikasi, yang berarti berkoloni karena kesamaan bahasa, dan *kedua*, dibutuhkan sarana dan prasarana untuk berkumpul dan bersosialisasi menurut koloninya masing-masing. Di sinilah, teori pemasaran perumahan ditemukan.

Dari pengalaman itu, akhirnya telah menyebabkan secara samar, banyak marketing perumahan lain bertanya kepada kami. Misalnya, berapa banyak jumlah marketing perumahan? Mengapa perumahan ini begitu cepat laku? Saya jawab, berapa jumlah rumah tersedia dan telah dihuni pembelinya. Jika ada 30 unit rumah, maka, marketing perumahan kami sebanyak 30 orang.

Tetap pada Model Usaha Sendiri

Melihat situasi itu, aneh juga karena akhirnya perumahan di samping lahan kami malah menurunkan harga. Banting harga dalam ukuran yang sangat tidak wajar. Kami berulang-ulang mendatangi perumahan dimaksud dan mencoba terus dengan saksama, bagaimana mungkin mereka mengeluarkan rumah kepada konsumen dengan DP yang sangat terbatas.

Di internal pegawai kami, situasi itu, khususnya oleh tim marketing tentu saja membuat mereka khawatir. Mereka menganggap bahwa pasar perumahan yang sedang gencar-gencar dipasarkan, terancam kolaps. Mereka menganggap bahwa pasar rumah yang mereka jual bakal anjlok. Berbagai cerita terus bermunculan mengiringi lahirnya beberapa kawasan perumahan di sekitar kawasan kami. Dalam banyak kasus, ada bahkan satu atau dua kawasan perumahan yang memberi stimulus kepada konsumen dalam bentuk uang *cash back*. Penilaian miring terhadap kompetitor perumahan pun bermunculan.

Terhadap situasi itu, saya katakan: “dalam konteks jual beli, termasuk ketika Anda memasarkan rumah, tidak boleh memberi penilaian negatif terhadap produk yang dibuat atau dijual orang lain.” Biarlah mereka berbisnis dengan nalarnya, meski menurut ukuran kita sangat tidak logis dan tidak rasional.

Hal yang sama, penulis tekankan bahwa meski kita yakin bahwa produk kita lebih unggul dibandingkan dengan produksi yang diproduksi dan dijual orang lain, kita tetap fokus pada penjualan. Jangan terjebak pada romantisme kelebihan yang kita miliki. Fokuslah pada suatu semangat untuk memasarkan produk kita sendiri, ketimbang harus pusing memikirkan produk; positif-negatif dari yang dimiliki orang lain. Termasuk tentu dalam soal marketing dan cara mereka menjual rumah.

Saya minta kepada mereka agar tetap melayani dan berkomunikasi dengan cermat terhadap seluruh konsumen yang mengambil rumah. Meski perlahan namun pasti mereka akan terus memompa diri kita agar perumahan ini tetap jalan.

Seorang pekerja marketing, kata saya, selalu akan menghabiskan waktu, pikiran, dan perhatiannya kepada produk-produk yang dia buat atau yang dia pasarkan. Ia akan terus menerus melakukan evaluasi dan metaevaluasi terhadap hasil produksi bangunan, dan apa yang menjadi kebutuhan konsumen akan rumah yang nyaman. Gelar kegilaannya itu sendiri, baru terhadap

saat orang lain mampu melihat kesuksesan karena hasil kerja kerasnya itu, hampir sulit ditandingi pekerja marketing lain.

Ia selalu memiliki ide nyata yang mampu dikreasinya menjadi sebuah kenyataan. Ia akan mencari ide lain ketika ide awal sudah tertunaikan. Hal ini berlaku dalam soal memasarkan suatu produk. Inilah pesan yang saya sampaikan kepada tim marketing ketika mereka cenderung menghadapi kasus yang dianggapnya sangat bagus.

Anda jangan kehabisan konsumen. Sama tidak boleh takutnya Anda, jika ternyata produk kita tidak jauh lebih baik dibandingkan dengan produk orang lain. Saya bilang Anda harus yakin bahwa rezeki ada di depan mata. Anda harus tetap ber-*positive thinking* terhadap diri Anda dan terhadap produk yang Anda jual.

Di sisi ini, asumsi penulis harus diakui lemah. Mengapa? Karena fakta menunjukkan bahwa lama-kelamaan benar juga asumsi marketing kami. Di kawasan perumahan kami kembali sepi. Logika yang penulis bangun bahwa semangat tinggi yang dimiliki seseorang untuk memasarkan produknya, akan membuat marketing—dalam banyak kasus—mengutip Bob Sadino dalam Maryoto (2015) terkesan seperti orang “gila” yang karena kegilaannya itu, dia akan berhasil. Fakta ternyata tidak, paling tidak untuk beberapa saat. Bukti menunjukkan pengunjung ke perumahan kami kembali sepi.

Kuasai Psikologi Konsumen

Psikologi pembeli itu, sama seperti psikologi pemilih dalam kegiatan politik. Semakin tinggi seorang calon tertentu ditekan, dipojokkan, dan dicari kelemahan-kelemahannya, malah ia akan dipilih banyak konstituen. Calon yang sedikit tingkat tekanannya, dalam kasus-kasus tertentu sering kali

kalah dalam sebuah pertarungan. Anggap saja perumahan kita sedang tertekan.

Dalam soal jual beli juga sama. Psikologi konsumen sebenarnya tidak ingin dipusingkan dengan cara menilai kelebihan dan kekurangan; baik terhadap produknya sendiri, maupun terhadap produk orang lain. Pembeli lebih ingin fokus memperhatikan produk yang akan dibelinya. Hal ini, terjadi karena pembeli menjadi nyaman dan tidak memiliki ruang negosiasi kebatinan yang mengganggu perasaannya.

Memasarkan suatu produk, karena itu, tentu harus datar dan natural. Tidak dipaksakan dan tidak menekan. Proses jual beli harus selalu mengandung semangat saling menguntungkan dan menjadi solusi atas masalah yang dihadapi pembeli dan penjual. Memasarkan suatu produk karena itu, berarti mendorong kesadaran pembeli akan nilai keuntungan yang mungkin dia dapatkan jika pembeli pada akhirnya harus memilih produk yang kita tawarkan.

Amati apa yang dibutuhkan dan jangan bernaafsu dengan apa yang diinginkan. Apa yang dibutuhkan konsumen tidak selalu sejalan dengan apa yang diinginkan kita. Belajar membuka diri dan melapangkan dada agar mereka menjadi senang dan tenang. Pautkan hati dan jauhkan mereka dari pikiran bahwa kehadiran kita menjadi beban baru bagi dirinya. Itulah makna lain dari firman Allah dalam al Qur'an surat al Mujadalah [58]: 11 yang mengharuskan umatnya untuk melapangkan (dada dan tempat seseorang), agar memberi ruang kepada orang lain. Ayat ini akan menjadi cara bagi seseorang untuk menjadi pekerja marketing yang handal.

Jangan Terlalu Banyak Janji

Jangan terlalu sering berbicara terlebih dalam bentuk telepon atau SMS ketika menawarkan produk yang dibuat atau sedang dipasarkan. Usahakan tetap datar dan natural. Jangan memaksakan diri. Kita hanya berbicara jika diperlukan, itupun harus apa adanya. Jauh lebih penting jika Anda belajar menjadi pendengar yang baik.

Nasihat ini diberikan kepada salah seorang pegawai kami yang sudah bekerja kurang lebih lima bulan tetapi jualannya selalu gagal. Apa yang ditawarkan dan dipasarkannya, tidak membuahkan hasil yang maksimal meskipun sudah banyak sekali orang mendatangnya, atau dia datang ke banyak orang untuk menawarkan produk yang kami miliki. Hasilnya selalu nihil.

Nasihat itu, saya berikan secara khusus kepada dirinya. Mengapa? Sebab dari sekian banyak tenaga marketing kami, dialah satu-satunya orang yang memiliki latar belakang sebagai marketing perhotelan. Jauh hari sebelum di sektor jasa itu sendiri, ia juga memiliki latar belakang sebagai anggota dan sekaligus *sales executive* di salah satu bisnis *Multi Level Marketing*. Saya bilang teori-teori yang dikembangkan di dunia MLM itu, ketinggalan dan kurang modifikasi. Kurang cocok untuk sektor jasa properti di mana hari ini Anda menggelutinya.

Solutif untuk Setiap Konsumen

Jadikan diri Anda sebagai solusi dalam masalah yang sedang dihadapi mereka. Katakan kepada mereka berbagai akibat dari setiap pilihan yang akan diambilnya. Contoh: "Kalau masalahnya begitu, maka, solusinya begini. Kalau harapan mereka begitu, maka, langkah yang harus ditempuh begini. Kalau kekurangannya dalam soal seperti itu, maka, di sini dan di tempat inilah kekurangan itu dapat dipenuhi."

Di saat yang sama, Anda harus membuang semua hasrat agar mereka dapat membeli produk yang sedang dipasarkan. Jika perlu, sarankan kepada mereka untuk melihat, mengamati, dan mengevaluasi semua produk yang sama seperti produk kita di tempat atau di perusahaan lain. Biarkan mereka menyimpulkan sendiri, mana yang terbaik menurut mereka. Usahakan agar kata terbaik itu muncul dari mereka sendiri. Jangan pernah Anda keluarkan satu kalimatpun yang menyatakan bahwa produk yang Anda tawarkan adalah produk terbaik.

Bukti menunjukkan bahwa ketika kami merasa begitu penting dan tergesa-gesa untuk sebuah rumah terjual, konsumen yang tadinya kelihatan tertarik untuk mengambilnya, malah tidak jadi. Tetapi, ketika kita pandai dan tetap santai ketika menawarkan produk, hasilnya, produk yang dibuat malah laku dengan cepat.

Jika pada akhirnya, hasil survei mereka menyimpulkan bahwa produk kita dianggap tidak memenuhi harapan terbaiknya, biarkan dan jangan dikomentari, terlebih putus asa karenanya. Jika hal itu mampu Anda terapkan secara tepat maka saya pastikan, mereka akan menyimpan produk Anda dalam terminologi lain yang sulit dihapus di hati mereka.

Misalnya, berkaitan dengan produk yang pasti dianggap realistik. Mereka nanti akan memilih antara yang ideal atau yang realistik. Kalau rumah kita dianggap kurang ideal, setidaknya mereka harus berpikir bahwa ini adalah rumah realistik yang mesti mereka punya. Kalimat singkatnya: "Kalau kita tidak

mampu memberikan yang terbaik, tetapi, di sinilah pilihan yang paling realistik yang mungkin Anda peroleh.”

Wajib Terus Belajar

Dalam proses seperti itu, penting untuk terus belajar di mana sesungguhnya kelemahan sekaligus kelebihan produk yang dibuat korporasi. Jika produk itu dianggap kurang baik, maka, kita memiliki peluang untuk memperbaikinya, jika di situ terdapat kelemahan tentu saja. Jika dianggap positif dan baik, maka, sekuat tenaga kita akan menjaga segala kelebihan yang kita tawarkan.

Jika mereka menyimpulkan bahwa ternyata produk kita yang lebih unggul dan lebih baik, jangan masukkan ke hati. Tempatkan semua pujian itu di tong sampah. Karena dengan pujian kita akan dibuat terlena dan menjadi lemah untuk melakukan adaptasi dan inovasi.

Saya kira apa yang dipresentasikan Musa dan Khidir dalam cerita membunuh anak kecil, saat Musa belajar kepadanya, akan menginspirasi siapapun. Misalnya, pembunuhan sesungguhnya tidak bersifat fisik, tetapi, sangat mungkin membunuh watak kekanak-kanakan. Salah satu watak ke kanak-kanakan itu adalah senang dipuji.

Sulit dapat dimengerti, pembunuhan dilakukan seorang hamba khusus Allah Swt yang dianugerahi rahmat dan ilmu khusus dari Allah Swt, yang kemudian dikenal sebagai Nabi jika harus membunuh anak. Rekanan peristiwa ini terlihat dari Firman-Nya dalam surat al-Kahfi ayat 65.

"... Lalu Musa bertemu dengan seorang hamba di antara hamba-hamba kami, yang telah kami berikan kepadanya rahmat dari sisi kami dan yang telah kami ajarkan kepadanya ilmu dari sisi kami."

Ayat ini menyimpulkan bahwa Khidir benar-benar membunuh anak, adalah silogisme. Suatu proses penarikan kesimpulan secara deduktif, atau disusun dari dua proposisi (pernyataan) dan sebuah konklusi (kesimpulan), yang tingkat kebenaran realitas empirisnya tidak dapat diukur. Mengukur kebenaran sejenis ini, hanya dapat dilakukan melalui keruntutan logis. Substansinya, sehebat Musa pun, harus kembali dilatih dan terus belajar, salah satunya pembelajaran tentang tidak boleh sukanya dia terhadap yang disebut dengan pujian. Bagaimana dengan kita, manusia biasa.

Mengapa? Sebab bisa jadi, ayat dimaksud mengandung makna lain, misalnya betapa pentingnya manusia untuk tidak senang dipuji. Mereka yang senang dipuji itu anak kecil. Musa bukan lagi anak kecil karena itu watak kekanak-kanakan, mesti dihilangkan atau dibunuh.

Sama seperti Musa, Anda adalah orang dewasa. Inilah makna lain, mengapa al Qur'an surat al Fatihah [1]: 2 menyatakan bahwa: "segala puji milik Allah, Pencipta dan Pemeliharaan seluruh alam". Ayat ini memberi maksud agar mau melakukan evaluasi atas setiap sikap, tindakan. dan perbuatan kita.

Perlu Kesungguhan

Jika Anda tertidur dengan lelap di malam hari itu disebabkan karena di siang hari telah bekerja keras. Kegiatan untuk menghidupi keluarga yang hampir menghabiskan seluruh energi yang dimiliki, seluruh aliran darah, bersama dengan napas yang ke luar dan masuk dalam tubuhnya itu, akan dicatat Tuhan sebagai pahala yang tak berhingga.

Ia tidur bersama anugerah Tuhan. Inilah hadits Nabi yang seharusnya digunakan para entrepreneur Muslim. Meski harus juga dicatatkan bahwa terhadap hadits ini, belum banyak ditakhrij para *muhadits*. Tetapi untuk menjadi sebuah spirit, hadits ini luar biasa ampuhnya bagi para sahabat Nabi dalam menata kehidupan mereka di muka bumi.

Mereka yang hidup bersama Nabi, selalu sadar bahwa tidak ada sesuatu yang besar yang diperoleh dengan cara yang mudah. Masyarakat Arab menyebut istilah ini dengan semboyan: “Siapa yang bersungguh-sungguh tentang sesuatu maka ia akan mendapatkannya”. Karena itu, tidak ada sesuatu yang dapat diperoleh seseorang, jika ia tidak melakukan sesuatu itu dengan cara yang serius, sekalipun rasa lelah menghinggapi dirinya terus menerus tanpa henti.

Tradisi ini, oleh masyarakat Muslim, —termasuk masyarakat Muslim awal Nusantara— sejatinya terus menerus ditularkan dan diwariskan. Karena itu, menjadi wajar ketika sejarawan mencatat bahwa tidak ada para ulama yang datang ke Nusantara tanpa pemahamannya yang utuh tentang dunia usaha. Mereka adalah para saudagar yang terus bergerak dari satu titik ke titik lain dalam proses dakwah dan bisnis. Budaya usaha itulah yang menjadi warisan leluhur keislaman Nusantara.

Nenek moyang kita juga sama. Mereka adalah pekerja keras. Mulai dari tukang surabi sampai kepada mereka yang biasa memproduksi barang-barang bergengsi, hadir sebagai

sosok yang bukan saja selalu tidur terlambat, tetapi juga selalu bangun lebih awal.

Produksinya pun, sesungguhnya tidak ada yang dilakukan atas permintaan konsumen. Mereka adalah kelompok manusia nekat. Bergerak dari titik nol yang sulit diukur. Bergerak dari titik keyakinan. Mereka seolah selalu siap untuk rugi ketika hasil produksinya tidak laku dijual. Buktinya, seberapapun lamanya mereka hidup di bumi, akan melakukan kegiatan yang terus menerus seperti itu tanpa rasa beban membelit pada dirinya. Fakta di lapangan juga menunjukkan bahwa apa yang diproduksi ternyata selalu habis terjual. Itulah kehebatannya.

Produsen Adalah Marketing Handal

Berdasarkan narasi tadi, saya melihat bahwa produsen adalah pemilik kemampuan tingkat tinggi dalam memasarkan setiap produk yang dibuatnya. Dalam bahasa lain, marketing handal setiap produk adalah mereka yang memproduksi barang-barang dimaksud.

Mengapa hal itu bisa terjadi? Setelah saya amati, ternyata karena mereka itulah yang memahami secara utuh tentang suatu produk; mulai dari filosofi, bentuk dan corak, bahan yang digunakan dan mengapa mereka memilih bentuk dan bahan tertentu yang menyebabkan produk dimaksud dia buat. Selain itu, mereka juga yang selalu dirasuki rasa kepemilikan dengan segenap rasa cinta yang tinggi atas setiap produknya.

Kuasai Produk yang Ditawarkan

Mungkinkah mereka yang tidak pernah menjadi produsen tadi dapat menjadi marketing handal? Jawabannya tentu saja. Sepanjang ia memahami setiap titik dari barang yang dia jual.

Selain itu, ia juga dituntut mempunyai kecintaan terhadap produk yang dipasarkannya. Tanpa pemahaman dan rasa kepemilikan yang utuh tentang barang yang dijualnya itu, maka, ia tidak mungkin memiliki kemampuan untuk menjual barang dimaksud kepada konsumen secara tepat dan cepat.

Karena itu, sebelum menjual sesuatu, kuasailah barang itu secara utuh, yang mengesankan pada akhirnya, seolah-olah sang marketing itu adalah pemilik produk barang dimaksud.

Biasakan Quick Response

Kata *Quick Response* (cepat tanggap) belakangan lebih populer di kalangan penjual online. Mereka umumnya melakukan pelayanan prima, agar pembeli tetap teryakinkan bahwa pelayanan mereka cepat tanggap. Tapi istilah ini berlaku juga untuk Anda yang bergerak di bisnis perumahan.

Di dalam pemasaran, layanan yang cepat tanggap adalah salah satu faktor penting bagi penjualan. Tanggapi semua komplain dengan cepat dan baik, dengan begitu customer merasa dihargai dan diperhatikan.

Sebuah merek akan mudah rusak bila mengabaikan kepercayaan dari konsumen, hal ini juga sangat penting untuk pemasaran. Itulah beberapa cara menjadi marketing pemula sederhana dalam menyusun strategi pemasaran yang bisa dijalankan oleh siapapun. Strategi marketing tak melulu tentang 'memaksa' pembeli untuk membeli produk Anda, namun tentang bagaimana memberi solusi dengan cara penyampaian yang unik dan menarik untuk mendapatkan perhatian dari mereka dengan begitu proses penjualan pasti akan sangat mudah.

Rajin Menagih Janji Tuhan

Tagihlah janji Tuhan dan Tuhan pasti merasa sangat bahagia ditagih janji oleh hambanya. jika Anda merasa sudah bekerja keras dengan tetap mengingat Tuhan dalam setiap desah napas Anda. Lihat bagaimana Allah, dalam surat al Jum'at [62]: menyatakan:

“Jika kamu telah benar-benar melaksanakan shalat, maka, bertebaranlah kamu semua di muka bumi untuk mencari keunggulan Tuhan. Perbanyaklah mengingat Tuhan, supaya kamu semua menjadi orang-orang sukses.”

Keuntungan, kebahagiaan, dan keberhasilan manusia ditentukan oleh peran Tuhan karena Dia memang Maha Pengatur. Namun, sepanjang kita telah memaksimalkan usaha dengan cara tetap mengingat Allah, maka keberhasilan itu akan selalu tersedia di depan Anda. Jadi kalau Anda sudah berusaha maksimal disertai dengan rasa tulus mengingat Allah maka tugas Anda adalah menagih janji Tuhan. Tetapi, karena Tuhan adalah wujud yang tidak mungkin lupa atas janji-Nya, maka, bisa jadi sebelum Anda menagih Tuhan, Dia malah telah memberi segenap kebahagiaan dan keuntungan kepada kita semua.

Problem dan Solusi dalam Soal Memasarkan Rumah

Sulit untuk tetap bersikap tidak mampu, saat segenap kemampuan ada pada diri kita. Tetap bersahaja dalam segenap kekayaan direngkuh. Tetap bodoh meski jutaan orang memuji cerdas. Hidup ternyata hanya permainan dan teka teki silang yang unik.

Pertengahan tahun 2013 adalah debut baru perusahaan perumahan kami. Perlahan namun pasti, konsumen berdatangan dengan kecenderungan yang masif. Konsumen yang datang di tahun dimaksud, bersifat independen. Tidak layak untuk disebut keluarga atau karena pertimbangan persaudaraan dan pertemanan yang secara moral dekat dengan kami. Di titik tertentu, kami sudah mulai merasa berada dalam satu keadaan yang disebut dengan belajar dibeli dan perusahaan sudah mulai stabil.

Kekuatan perumahan yang kami sediakan adalah kualitas bangunan. Banyak konsumen yang datang ke kami berkali-kali dan membandingkan dengan perumahan lain, hasilnya selalu kembali lagi ke kawasan kami. Mereka akhirnya menyimpulkan bahwa kualitas bangunan dengan kelas FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) cukup baik. Di letak ini, kami memiliki kebanggaan tersendiri di mana konsumen sudah benar-benar datang dengan sendirinya dan tidak bergantung secara moral kepada kami.

Khusus menyangkut kualitas bangunan sampai usia perumahan kami berjalan delapan tahun rasanya belum ada protes konsumen yang berlebihan terkait dengan masalah kualitas bangunan. Karena itu, kami juga merasa tidak memiliki beban jika kantor kami berada di kawasan yang kami kembangkan. Dengan dekatnya kantor, kami merasa malah dapat memberi kemudahan akses dan memberi *quick response* atas apa yang dikeluhkan penghuni.

Jika di tahun-tahun sebelumnya kami dipusingkan dengan kelangkaan konsumen, yang akhirnya menggunakan pendekatan persaudaraan dan pertemanan maka pada tahun 2013 konsumen cenderung datang dalam posisinya yang independen. Kami bahkan sama sekali tidak mengenal mereka dilihat dari latar belakang pendidikan, sosial budaya, dan bahkan pergaulan mereka sehari-hari, sebelum mereka betul-betul menjadi nasabah kami.

Persaingan yang Kadang Tidak Sehat

Patut disayangkan bahwa kami tidak terlalu lama menikmati suasana yang menceriakan seperti itu. Mengapa? Sebab di tahun itu pula, marketing kami disibukkan kembali dengan merespons gejala baru, di mana banyak perumahan, mengeluarkan kebijakan aneh. Kebijakan itu, di antaranya tidak memungut DP. Bahkan ada beberapa perumahan di sekitar kawasan perumahan kami yang pertama itu, konsumen malah mendapatkan uang. Sulit dimengerti tetapi itu fakta.

Akhirnya, perumahan kami kembali sepi. Kali ini, kami kembali memperoleh pengalaman yang benar-benar baru dan hampir tidak mengerti sedikitpun, bagaimana mungkin ada perumahan dengan konsep nol DP bisa berjalan. Apalagi dengan *cash back* kepada konsumen dengan ragam alasan.

Berbulan-bulan kami tetap tegar menjaga konsumen yang mau memberi DP. Namun, lama kelamaan, situasi itu tetap saja sulit dikendalikan. Akhirnya, dengan terpaksa, kami memberi waktu selama tiga bulan untuk memberi layanan seperti yang dilakukan pemain properti lain yang mengeluarkan kebijakan Nol DP dan Nol Biaya Proses.

Selama kurun waktu tiga bulan itu, 16 konsumen berhasil mengambil rumah, tanpa DP, dan bahkan tanpa biaya proses. Artinya, seluruh pembiayaan proses pun, ditanggung perusahaan. Tidak terlalu merisaukan memang dalam konteks perhitungan rugi untung sebuah harga rumah, karena pemerintah menaikkan harga rumah.

Artinya proses akad kredit konsumen yang enam belas dimaksud, ditransaksikan pada awal tahun 2014, dan saat itu pemerintah menetapkan harga menjadi 108 juta rupiah (naik sekitar 6 juta rupiah) dari tahun sebelumnya.

Muluslah perjalanan itu, dan perusahaan kami kembali bergeliat. Namun dalam perkembangan berikut, konsumen inilah yang membuat citra perumahan kami menjadi jeblok di mata perbankan. 75 persen dari total 16 konsumen inilah yang macet di cicilan perbankan. Inilah pengalaman baru yang cukup kuat memukul dan menampar muka perusahaan untuk kemudian menindaklanjutinya dalam langkah yang kadang goyah. Sejujurnya, kami sulit mendefinisikan hal ini, kepada bank mitra kami sekalipun.

Situasi seperti itu, teralami juga di perumahan kami yang terletak di Bayuning, Kuningan. Perumahan di sekitar perumahan kami sebelum kami datang menetapkan DP 16 juta rupiah termasuk dengan biaya proses. Kami hadir dengan DP yang sama. Ketika perumahan kami mulai menjual rumah, perumahan di samping kami menurunkan DP menjadi nol persen. Berkaca dari pengalaman kami di perumahan pertama, Cempaka Wangi Regency, hal itu tidak kami lakukan.

Malah kami meningkatkan DP. Ketika yang lain membebaskan DP, kami malah menaikkannya menjadi 21 juta. Meski penjualan lambat, tetapi dalam jangka panjang, perusahaan kami tetap aman. Konsumen yang mengambil rumah di kami, hampir nol persen yang DRBM (Debitur Realisasi Baru Menunggak). Kebijakan ini, terus kami pelihara termasuk ketika kawasan perumahan kami dibuka di Tasikmalaya, Ciamis, dan Beber.

Dari sinilah penulis akhirnya menyimpulkan, bahwa sepanjang kita hidup di dunia, kata sempurna itu tidak mungkin diperoleh. Termasuk tentu dalam bisnis perumahan dan berbagai upaya perbaikan yang diterapkan. Kita hanya butuh hidup tenang dan tetap berjuang di tengah segenap ketidaksempurnaan yang tersedia.

Terinspirasi film *Jungle Child* (2011), hidup hanya bisa dilakukan bersama mereka yang dicintai dan disayangi. Mereka itulah yang melindungi dan menjaga kita dari segenap badai yang datang menghampiri. Pemilik bisnis perumahan harus

hidup dari dan oleh rumah, hidup bahagia bersamanya dan menjadikan perumahan sebagai objek cinta kita.

Kebijakan semacam itu, sekali lagi berbahaya bukan saja bagi perbankan tetapi juga bagi nasib korporasi. Tetapi apa daya, situasi telah berubah dan kebijakan sudah ditempuh. Kasarnya, nasi sudah menjadi bubur. Saat itu, kami merasa berada dalam situasi bukan hanya sekedar sedang latihan tetapi berada dalam dunia nyata.

Pengalaman ini, tentu membuat kami kelimpungan dan hampir putus asa. Apa mungkin 16 unit rumah yang macet itu, harus kami biarkan. Yang jika dibiarkan konsekuensinya kami seolah melakukan tindakan kriminal. Bagaimana caranya? Apa harus ditanggung korporasi? Hal itu juga tidak mungkin dan tidak mendidik.

Pentingnya Memiliki Psikolog dan Crisis Center

Dari sana, perusahaan kami mulai berhati-hati dalam menghadirkan dan menyaring konsumen. Kami tidak lagi menggunakan strategi menjaring tetapi sudah menyaring (selektif) konsumen. Bahkan terhadap konsumen yang benar-benar datang dengan modal baikpun, kami tetap membuat semacam moral obligasi, yang memuat di dalamnya suatu aturan, bahkan jika konsumen selama 6 bulan berturut-turut, tidak mengangsur rumahnya, maka, pihak developer langsung akan mengambil rumah tanpa mengembalikan DP atau biaya apapun kepada konsumen.

Kebijakan mulai kami terapkan sejak awal tahun 2015. Kami juga menerjunkan tim psikolog yang kebetulan Direktur Utama perusahaan ini, istri saya, Lelin Farlina Dewi, seorang Magister Psikologi. Dari situ kami menyimpulkan bahwa kebijakan

perumahan yang nol DP itu berbahaya. Konsumen perumahan kurang memiliki rasa tanggung jawab terhadap beban hutang yang dimiliki. Karena mereka merasa tidak perlu menjaga sesuatu. Meski kami baru mengerti, ternyata ada manusia yang tidak takut dengan hutang.

Terkait dengan soal ini, penulis akhirnya melakukan beberapa analisis. Analisis itu menyimpulkan bahwa penting bagi sebuah perusahaan memiliki psikolog, bahkan jauh lebih penting, pun jika harus dibandingkan dengan memiliki tim legal (Sarjana Hukum). Sebab, apa mungkin ada perusahaan yang secara sengaja melakukan pelanggaran misalnya, dengan cara mengkarbit konsumen, atau menggoreng konsumen dengan cara gegabah. Saya kira, itu tidak mungkin. Kecuali perusahaan itu didirikan memang untuk menjadi penipu kredit.

Kami merasa bahwa perumahan kami menggeliat. Upaya perbaikan dan penataan sistem manajemen harus terus dilakukan. Kami merasa kemitraan kami dengan perbankan juga, tidak mungkin selesai satu atau dua tahun. Visi perumahan kami, setidaknya dapat tumbuh menjadi perusahaan raksasa dalam skala nasional. Bagaimana mungkin kami harus membohongi bank, sementara ribuan kavling yang bakal kami sediakan masih cukup membentang.

Tim psikologi ini, digunakan untuk mengetahui secara detail bukan hanya soal kemampuan nasabah membayar cicilan, tetapi, psikologi mereka ketika berhadapan dengan apa yang disebut dengan hutang.

Mengapa penulis berkata demikian? Sebab dari hasil pengamatan penulis di lapangan, pelaku hutang, sedikit yang menganggap bahwa berhutang sebagai malapetaka. Karena hutang itu malapetaka maka semestinya orang berhati-hati dalam meminjam uang ke bank. Dan ketika pada akhirnya, mereka meminjam uang ke bank, seharusnya mereka bertanggung

jawab atas puluhan lembar kertas yang telah ditandatangani dengan pihak perbankan dan pihak notaris.

Menetapkan Visi Hidup Melalui Bisnis Properti

Penting bagi segenap pemilik bisnis perumahan, menetapkan bisnisnya sebagai manifestasi dari visi hidupnya. Visi yang memiliki akar pada apa yang disebut *long lasting values*. Visi ini menetapkan pentingnya *basic values*, *mission*, dan *objectives* dalam setiap kawasan yang dimiliki atau dikembangkannya.

Betul bahwa bisnis itu mencari uang dan sulit untuk disebut bahwa bisnis ini tidak berorientasi pada uang. Tetapi, jika kita memiliki visi apa yang disebut dengan *long lasting values*, maka, cita-cita yang dihadapi itu, bukan hanya sekadar soal uang, tetapi, lebih pada bagaimana kita melakukan kontribusi kebangsaan, dan bagaimana kontribusi dimaksud, dirasa memberi manfaat kepada masyarakat banyak.

Jika visi ini hilang maka besar kemungkinan bisnis ini hanya melahirkan satu hutang ke hutang lain, atau bahkan tumpukan hutang yang demikian membesar. Soal hutang, jangankan dalam argumen bisnis, dalam argumen keagamaan (Islam) pun sebenarnya dapat diperoleh rujukannya baik *nash* al Qur'an maupun hadits Nabi. Hanya saja, jika tidak terkendali dan kita tidak sadar bahwa bisnis ini, tidak hanya bicara soal uang dan keuntungan maka bisnis ini hanya akan menjadi beban baru dalam hidup.

Misalnya, Rasul pernah bersabda: "Orang yang memiliki hutang, akan sedih di malam hari dan merasa hina di siang hari." (H.R. Bukhari). Dapat juga dibaca hadits yang relatif

mirip dengan kalimat dimaksud, yang bunyi kalimatnya sebagai berikut: “Sesungguhnya seseorang apabila berhutang, maka dia sering berkata bohong, dan jika berjanji akan sangat mungkin memungkiri.” (HR. Bukhari).

Dalam perspektif Islam, berhutang sesungguhnya diperkenankan. Yang penting beberapa hal, oleh mereka yang disebut debitur itu, harus taat pada perjanjian yang telah ditetapkan. Hal ini, setidaknya dapat direkam dari ayat al Qur'an berikut ini.

1. Al Qur'an surat al Baqarah [2]: 245 yang artinya sebagai berikut.
“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan melipatgandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak.”
2. Al Qurat surat al Baqarah [2]: 282 Allah berfirman: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”.
3. Kebolehan hutang piutang itu, dibenarkan Rasulullah Saw. Suatu hari beliau bersabda: “Seorang muslim dengan muslim lain adalah bersaudara. Ia tidak boleh berbuat zhalim dan aniaya kepada saudaranya yang muslim. Barang siapa yang membantu kebutuhan saudaranya, maka Allah akan memenuhi kebutuhannya. Barang siapa membebaskan seorang muslim dari suatu kesulitan, maka Allah akan membebaskannya dari kesulitan pada hari kiamat. Dan barang siapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutupi aibnya pada hari kiamat kelak.” (HR. Muslim)

Antara Idealitas dan Realitas

Bagi developer, khususnya yang menyediakan rumah dengan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) atau sering dikenal dengan Rumah Sehat Huni (RSH), memang cukup repot. Rumah dimaksud, dikhususkan untuk kalangan menengah ke bawah, yang berarti pendapatan mereka juga harus rendah. Konsekuensinya, jika ada konsumen dengan posisi gaji 5 juta rupiah per bulan saja, mereka harus disebut tidak layak mendapatkan rumah FLPP.

Akibatnya, banyak nasabah yang mengambil rumah FLPP, sesungguhnya tidak memiliki ketercukupan mental untuk memiliki hutang ke bank. Bagaimana mereka yang hanya berusaha dalam bentuk pedagang kaki lima, pedagang asongan, pedagang separuh waktu, akhirnya harus tidak memperoleh fasilitas dimaksud, dengan anggapan tidak *bankable*. Standar pengambilan rumah jenis ini, begitu rinci. Syarat mereka yang boleh memiliki fasilitas ini adalah sebagai berikut.

1. Warga Negara Indonesia (WNI) yang belum memiliki rumah pribadi. Hal ini mengasumsikan bahwa masyarakat dari kalangan menengah ke atas, tidak diperkenankan mengambil KPR subsidi. Rumah ini bukan untuk keperluan investasi, tetapi murni untuk menyediakan penduduk Indonesia yang belum memiliki rumah. Program ini, murni untuk masyarakat yang belum memiliki hunian pribadi dan belum pernah menerima subsidi kepemilikan rumah. Pemerintah Indonesia belakang menyebutnya sebagai program Sejuta Rumah. Tujuannya bagus untuk melakukan pemerataan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat Indonesia.
2. Syarat Pekerjaan dan Penghasilan harus telah bekerja pada satu perusahaan minimal selama satu tahun dengan syarat pendapatan berkisar di antara Rp 4 juta untuk pengaju

KPR subsidi rumah tapak, serta maksimal Rp 7 juta untuk pengaju KPR rumah susun. Pengaju KPR subsidi juga minimal harus berusia 21 tahun atau sudah menikah.

3. Memiliki Kelengkapan Dokumen Pribadi untuk menunjang kelancaran pengajuan KPR. Dokumen pribadi itu menyangkut fotokopi KTP dan KK, slip gaji tiga bulan terakhir, fotokopi NPWP dan SPT tahunan, fotokopi rekening koran selama tiga bulan terakhir, surat pernyataan belum memiliki rumah dari desa setempat, serta surat pernyataan belum pernah menerima subsidi rumah.
4. Memiliki rekam jejak bank yang baik. Pengaju KPR akan kesulitan memperoleh persetujuan KPR jika memiliki rekam jejak transaksi bank yang kurang baik. Orang-orang yang pernah mengalami *black list* karena tidak membayar kartu kredit, sering terlambat dalam melunasi angsuran, hingga sejumlah catatan buruk lainnya, akan berpengaruh terhadap pengajuan KPR.

Perlu Evaluasi Sistem Manajemen Perusahaan

Melihat situasi sebagaimana digambarkan di atas, tentu saja kami melakukan perubahan sistem manajemen. Perubahan sistem manajemen itu dimaksudkan agar kawasan-kawasan perumahan yang kami miliki, sedikit teringankan untuk menggaji karyawan. Pernah suatu waktu, hampir dua bulan kami tidak melakukan transaksi perumahan karena kesulitan mencari konsumen yang *bankable* tadi.

Sistem manajemen perumahan kami berubah dari pegawai tetap menjadi *outsourcing*. Suatu istilah yang memungkinkan sebuah korporasi untuk menggunakan tenaga kerja dari luar

perusahaan sendiri untuk melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu yang spesifik, yang berkaitan dengan penjualan rumah yang kami bangun.

Di Indonesia, sebenarnya tidak ada rumusan tenaga kerja *outsourcing*. UU No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan di Indonesia. tidak menyebut secara khusus tentang *outsourcing*. Hanya jika ditelisik lebih jauh, UU ini memberi ruang adanya dua bentuk yang memungkinkan hadirnya tenaga kerja *outsourcing*, yaitu borongan pekerjaan dan penyediaan jasa pekerja atau buruh. Inilah yang kemudian kami pijak dan sistem inilah yang kami pakai sampai saat ini.

Sejak Perseroan Terbatas ini berdiri, paling tidak memiliki 40 tenaga kantor, mulai perencana, tim legal, tim area, tim keuangan, tim admin, dan tim marketing. Pengalaman kami di kawasan Kuningan, telah menyadarkan bahwa betapa beratnya beban perusahaan untuk membayar pegawai, jika sistem yang digunakan tetap sama.

Akhirnya, kami menempatkan tim-tim yang dimaksud sebagai tenaga *outsourcing*, sebagaimana kami menempatkan akuntan publik dan konsultan pajak. Kami menggaji mereka berdasarkan pekerjaan yang mereka lakukan dan sedikitpun kantor atau korporasi tidak memiliki kewajiban untuk menggaji mereka terlebih ketika penjualan perumahan kami melemah.

Antara penjualan, produksi, dan transaksi perbankan adalah persoalan lainnya. Di sinilah, tingkat keuletan dan kesabaran pebisnis perumahan diuji. Bisnis ini akan mendorong secara relatif untuk menguras energi kesabaran karena lamanya waktu untuk mendapatkan uang. Bisnis ini sangat berbeda dengan warung kelontongan yang begitu barangnya cocok menurut pembeli, transaksi berjalan, dan uang langsung dapat diperoleh.

Mari kita menguji retensi waktu, dalam soal transaksi perumahan. Sebut misalnya, Anda telah menjadi pemain perumahan dan berhasil suatu waktu menjual rumah yang

Anda tawarkan. Ketika waktu rumah itu dibeli seseorang, Anda tentu saja tidak langsung dibayar begitu kontrak antara Anda sebagai developer dan nasabah diterima. Rata-rata kontrak ditulis dalam waktu 45 bahkan sampai 120 hari.

Dari situ, terlihat dengan jelas bahwa terhadap rumah Anda yang lakupun, harus menunggu pencairan uang dari bank yang menjadi mitra Anda dalam durasi waktu yang relatif panjang dibandingkan dengan bisnis lainnya. Kalau ada yang bertanya, kok lama sekali? Jawabannya, pasti lama. Mengapa? Inilah alasannya.

1. Pengumpulan dokumen nasabah yang diperlukan bank sebagai alat ukur lembaga keuangan, memberi fasilitas kredit, tidak semudah seperti yang dipikirkan. Mengapa begitu? Ya karena tidak semua konsumen memiliki karakter, tata kerja, dan kondisi keuangan yang sama, satu sama lain. Ada di antara mereka yang memiliki *passive income*, tetapi, tidak sedikit yang memiliki pendapatan yang dinamis. Bahkan, banyak di antara konsumen tadi, dalam ukuran tertentu, tidak memenuhi persyaratan perbankan, seperti pemilik warung makanan, warung kelontongan atau toko-toko kecil yang tidak memiliki surat keterangan usaha.
2. Ketika dokumen terkumpul dan kemudian dianalisis pihak developer, lalu dokumen itu dikirim ke bank mitra. Di Bank sendiri, proses rekrutmen dan analisis perbankan, juga membutuhkan waktu. Pihak perbankan, secara umum memakan waktu antara 4-14 hari kerja yang berarti setara dengan satu sampai dua minggu, jika konsumen yang dimaksud memiliki *passive income*.
3. Setelah usulan konsumen Anda disetujui bank dalam bentuk Surat Persetujuan Kredit, baru Anda membangun rumah. Proses membangun rumah sendiri, pasti membutuhkan waktu,

meski akan sangat bergantung pada jenis yang ditawarkan. Jika rumah itu komersil, maka, paling tidak butuh waktu selama satu bulan. Setelah rumah selesai, baru akad kredit dilangsungkan. Setelah akad berlangsung, uangpun tidak serta merta langsung dapat dipindah-bukukan ke rekening perusahaan. Butuh waktu setidaknya sehari semalam.

Hampir sulit saat ini, developer membangun rumah sebelum ada konsumen yang jelas, yang diwujudkan dalam bentuk SP3 dari bank mitra. Mengapa? Karena bisnis ini, kembali ke soal yang pertama, padat modal dan besarnya biaya pemeliharaan rumah, jika yang ditawarkan rumah bersifat *ready stock*. Karena itu, pengembang lebih memilih melakukan penjualan rumah inden, agar modal tidak banyak yang tertahan.

Inilah yang menyebabkan, kebanyakan di antara para developer, tidak selalu mendapatkan bayaran tepat waktu. Karena ia tidak mendapatkan bayaran tepat waktu, maka, konsekuensinya, ia juga tidak memiliki kesempatan yang cukup untuk membayar hutang piutangnya secara pasti. Di sinilah *cash flow* dibutuhkan. Banyak perusahaan properti, dengan aset cukup banyak, hanya patut dipusingkan karena gagal menjaga *cash flow*.

Terhadap soal ini, Donald Trump dan Tony Schwartz (1987), memberi solusi dengan menganjurkan kepada para pemain perumahan agar memperoleh pendapatan pasif, yang dalam rumusannya, bisa didapat dari investasi properti atau saham.

Dalam teori Trump, ketika bank belum membayar hasil penjualan rumah, pemain perumahan tidak putus asa dan sedih karena ia masih memiliki modal yang cukup untuk menjalankan bisnisnya. Ia menyarankan, ketika perbankan sudah mencairkan hasil penjualan rumah dimaksud, untuk tidak lupa menabung guna menambal situasi penantian yang penulis gambarkan tadi, memakan waktu yang lumayan.

Bagi penulis, langkah yang ditempuh untuk menjawab soal ini adalah dengan membuka usaha-usaha mikro atau jenis usaha lain dalam layanan jasa. Melalui usaha-usaha mikro inilah, keberlangsungan perusahaan properti justru mampu digerakkan.

Daftar Pustaka

- Abnur, Asriman. 2017. *Cara Benar Meraih Sukses di Bisnis Developer Property*. Jakarta: Gramedia.
- Al Qur'an al Kariem.
- Al-Jauziyah, Ibnu Qayyim. 2016. *Al-Jawabul Kafi*. Sukoharjo: Al Qowam.
- Anwar, Mukhlis Khoiril. 2018. *Buku Sakti Jual Property 1 Detik Langsung Closing: Metode Smackdown*. Jakarta: Mediapressindo.
- Berger, Christopher C. 2013. "Mental Imagery Changes Multisensory Perception". *Journal Current Biology*. Volume 23, ISSUE 14, P1367-1372, JULY 22, 2013.
- Cobb Jr., John B. 1969. *God and the World*. Philadelphia: Westminster Press.

- Harari, Yuval Noah. 2018. *Sapiens; Riwayat Singkat Manusia*. Terj. Jakarta: Gramedia.
- Hawking, Stephen. 1988. *A Brief History of Time*. USA: Bantam Dell Publishing Group.
- Kiyosaki, Robert dan Sharon Lechter. 2000. *Rich Dad, Poor Dad (Ayah Kaya dan Ayah Miskin)* terj. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet. 37.
- Madjid, Nurcholish. 1990. *Islam, Kemoderanan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.
- Madjid, Nurcholish. 1993. *Islam Doktrin dan Peradaban*. Jakarta: Paramdina.
- Maryoto, Andreas. 2015. "Bob Sadino dan Petuah-petuahannya". *Kompas.com*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/01/20/074500926/Bob.Sadino.dan.Petuah-petuahannya..>
- Peraturan Menteri Agraria Kepala Badan Pertanahan Nomor 2 Tahun 1999 tentang Izin Lokasi (Permenag No. 2/1999)
- Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2011 tentang Manajemen dan Rekayasa, Analisis Dampak, Serta Manajemen Kebutuhan Lalu Lintas (Amdalalin)
- Pratiwi, Purwandini Sakti. 2015. "Senyuman, Bikin Bahagia dan Kreatif". *Kompas.com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2015/02/10/072000523/Senyuman.Bikin.Bahagia.dan.Kreatif>.
- Soenoto dalam Dialog bebas bersama seluruh kru BTN, 31 Desember 2017
- Sumarna, Cecep. 2017. *Teologi Bisnis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2017a. "High Risk Tetapi High Profit". *www.lyceum.id*. <https://www.lyceum.id/high-risk-tetapi-high-profit-bisnis-perumahan-part-1/>
- _____. 2017b. "Low Profile Kunci Utama Keberhasilan". *www.lyceum.id*. <https://www.lyceum.id/low-profile-kunci-utama-keberhasilan-bisnis-perumahan-part-3/>

- _____. 2017c. "Cara Memilih Tanah Perumahan Untuk Pemain Pemula". *www.lyceum.id*. <https://www.lyceum.id/cara-memilih-tanah-perumahan-untuk-pemain-pemula-bisnis-perumahan-part-4/>
- _____. 2018. "Ciri Entrepreneur Sejati Adalah Pembuat Pasar". *www.lyceum.id*. <https://www.lyceum.id/entrepreneur-sejati-adalah-pembuat-pasar/>
- Tracy, Brian. 2007. *The Art of Closing the Sale: The Key to Making More Money Faster in the World of Professional Selling*. Nashville: HarperCollins Leadership.
- Trump, Donald dan Tonny Schwartz. 1987. *In Trump: The Art of the Deal*. USA: Amazon.
- Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (UU LLAJ)
- Wagtendonk, W. 2003. *Meteorology for Professional Pilots*. Bay of Plenty, New Zealand: Aviation Theory Centre (NZ) Ltd.
- Widyaswara, I Wayan Erwin. 2018. "Kisah Pengusaha Kaya Bangkrut dan Tinggal di Kontrakan Setelah 2 Anaknya Terjerat Narkoba" *Bangkapos.com*. <http://bangka.tribunnews.com/2018/07/25/kisah-pengusaha-kaya-bangkrut-dan-tinggal-di-kontrakan-setelah-2-anaknya-terjerat-narkoba>.

Biodata Penulis



Cecep Sumarna, Guru Besar filsafat ilmu IAIN Syeikh Nurjati Cirebon. Pengusaha properti, pemilik perkebunan Jati dan Mahoni, peternak ayam broiler, peternak kambing, dan pebisnis konveksi. Ia menjadi Pembina Yayasan Aria Gilang Kencana dan Yayasan YASIKA, yang menjadi penyalur dana CSR perusahaan yang dimilikinya.

Kehidupan keluarga sepenuhnya disokong dari dunia bisnis, mulai dari konveksi, perkebunan, peternakan, perumahan, penganggajian dan pengolahan kayu, dunia pendidikan, dan tentu saja properti.

Dua yayasan pendidikan tadi, telah menaungi pendidikan mulai dari TK sampai Perguruan Tinggi, seperti Akper YPIB Majalengka dan STKIP Yasika Majalengka. Pria super sibuk ini, lahir dan besar di kampung Cikuya, Cikatomas, Kabupaten Tasikmalaya. Lahir tahun 1971 dari pasangan H. Muslih Suryana (alm) dan Hj. Siti Mardiyah. Penulis membina beberapa perguruan tinggi swasta di Cirebon dan wilayah sekitar seperti UNMA, IAI BBC, STKIP Muhamadiyah Kuningan, dan STF YPIB Cirebon.

Aktivitas mengajar disebutnya sebagai ruang pelayanan. Adagium yang sering dilekatkan kepada kurang lebih 270 orang pegawai di seluruh perusahaan yang dimilikinya yaitu; *serve to serve and above for all..* Istri penulis Hj. Lelin Farlina Dewi, M.Pd. yang darinya lahir tiga anak, yaitu Fajryan Ramadlan Sumarna, Aldyan Fauzan Ramadlan Sumarna, dan Azkryan Maulana Dinedjadia Sumarna.

Aktivitas sosial sudah terbentuk sejak remaja. Ia adalah aktivitas HMI dan anggota Presidium KAHMI. Saat ini ia menjadi Ketua Orda ICMI Kota Cirebon dan aktif membantu teman-teman di HIPMI dan REI Cirebon. Moto hidupnya, belajar banyak mendengarkan dan belajar banyak memaafkan. Karya penulis dalam bentuk buku di antaranya:

1. *Filsafat Ilmu: Dari Hakikat Menuju Nilai*. Edisi ke IV. Bandung: Mulia Press, 2010;
2. *Revolusi Peradaban: Mencari Tuhan dalam Batang Tubuh Ilmu*. Edisi II Bandung: Mulia Press, 2008;
3. *Rekonstruksi Ilmu: Menalar: dari Empiris Rasional Teistik menuju Empiris Rasional Ateistik*. Bandung: Benang Merah Press, 2006;
4. *Melacak Jejak Filsafat*. Bandung: Sangga Buana, 2005;
5. *Transformasi Iluminasi dalam Batang Tubuh Ilmu*. Dicitak Sendiri, tahun 2008;
6. *Mencari Tuhan di Kaki Ka'bah*. Novel Agama dalam Nalar Filsafat. Proses Penerbitan, 2011;
7. *Menemukan Tuhan di Altar Keabadian Cinta*. Yogyakarta: K. Media, 2015;
8. *Agama Tanpa Tuhan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016;
9. *Filsafat Pengetahuan*. Bandung, Remaja Rosdakarya, 2016;
10. *Teologi Bisnis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, Karya Ilmiah dalam bentuk jurnal ilmiah setidaknya telah menulis sebanyak 17 buah dan tulisan di Koran lokal dan nasional sebanyak 272 tulisan dan tulisan ekponensial di *Lyceum Indonesia*, lebih dari 1000 tulisan.



Cecep Sumarna dikenal sangat sibuk. Guru Besar Filsafat Ilmu IAIN Syekh Nurjati Cirebon di usia 37 tahun ini, diketahui menjadi Komisaris Utama Nusa Indah Pratama (dunia properti). Pemilik perkebunan jati, mahoni dan karet dan pengelola kayu dalam wadah bisnis Rimba Perkasa Utama. Ia tetap menjaga bisnis konveksi dan saponak dalam wadah Try'an Perkasa Utama sebagai bisnis induk keluarga. Pembina STKIP Yasika dan Akper YPIB Majalengka ini, masih juga aktif membina beberapa Perguruan Tinggi di wilayah Cirebon dan sekitar.

Motivator mengajarkan pentingnya memiliki impian tetapi sedikit yang memberi ruang untuk bermimpi. Mimpi dan interaksinya dengan realitas alam membuat manusia berimajinasi dan berkreasi. Begitu pun dalam dunia bisnis. Ia hadir bersama mereka yang memiliki imajinasi atas kemampuannya dalam mengindra alam.

Tidak akan ada pendidikan bisnis—sebetapa pun hebatnya sebuah kampus didirikan—tanpa kerja keras dan inovasi. Bisnis hanya mungkin ditransformasi oleh mereka yang memiliki ruang impian. Menjadi pebisnis dapat diwujudkan oleh mereka yang sanggup lupa dan rela menunda kebahagiaan dirinya meski untuk sementara.

Buku ini hadir untuk menginspirasi bagaimana hidup yang dikonstruksi dalam nalar imajinasi. Imajinasi sebagai ruang untuk bermimpi dan tentu saja cara mewujudkannya. Buku ini membuka langkah untuk mewujudkan mimpi dengan bisnis properti. Bisnis properti itu indah, tetapi tidak mudah. Bisnis properti itu mudah, tetapi perlu imajinasi kreatif. Bisnis properti itu butuh banyak aransemen dan keberanian untuk melompat, tanpanya tidak mungkin dapat berkembang.

BISNIS PROPERTI

*Nalar Bisnis
dalam Tafsir Kesemestaan*



www.rosda.id



[ptremajarosdakarya](https://www.facebook.com/ptremajarosdakarya)



[rosdakarya](https://twitter.com/rosdakarya)



[instarosda](https://www.instagram.com/instarosda)

Manajemen & Ekonomi

ISBN 978-602-446-328-1



9 786024 463281

Harga P. Jawa Rp54.000,00